Rapport ministériel sur le rendement

Office national du film du Canada

2013-2014

L'honorable Shelly Glover, C.P., députée
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

© Office national du film du Canada, 2014
No de cat. NF1-1/2014F-PDF
ISSN 2368-3058

Table des matières

Avant-propos iii

Message de la ministre 1

Message du commissaire 2

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation 5

- Profil de l'organisation 5
- Contexte organisationnel 6
- Dépenses réelles 13
- Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental 15
- Tendances relatives aux dépenses du ministère 16
- Budget des dépenses par crédit voté 16

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique 17

- Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde. 17
- Programme 1.1 : Production audiovisuelle 17
- Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire 25
- Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation 29
- Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction 30
- Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction 36
- Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale 40
- Services internes 42

Section III : Renseignements supplémentaires 45

- Faits saillants des états financiers 45
- États financiers 48
- Tableaux de renseignements supplémentaires 48
- Dépenses fiscales et évaluations 48

Section IV : Coordonnées de l'organisation 49

Table des matières (suite)

Annexe : Définitions 51

Notes de fin de document 55

Avant-propos

Le rapport ministériel sur le rendement fait partie de la série de documents budgétaires. Ces documents appuient les lois de crédits, qui précisent les montants pouvant être dépensés par le gouvernement et à quelles fins générales. Les documents budgétaires comptent trois parties.

Partie I – Le Plan de dépenses du gouvernement présente un aperçu des dépenses fédérales.

Partie II – Le budget principal des dépenses décrit les ressources financières requises au prochain exercice pour chaque ministère, organisme et société d'État.

Partie III – Les plans de dépenses des ministères sont constitués de deux documents. Le rapport sur les plans et les priorités (RPP) est un plan de dépenses établi par chaque ministère et organisme qui reçoit des crédits parlementaires (à l'exception des sociétés d'État). Ce rapport présente des renseignements détaillés, pour une période de trois ans commençant à l'exercice indiqué dans le titre du rapport, sur les priorités, les résultats stratégiques, les programmes, les résultats attendus et les ressources connexes requises. Le Rapport ministériel sur le rendement (RMR) dresse un bilan du rendement réel obtenu par chaque ministère et organisme au cours du plus récent exercice terminé, en fonction des plans, des priorités et des résultats attendus énoncés dans son propre RPP. Le RMR informe les parlementaires et la population des résultats obtenus par les organisations pour les Canadiens.

Le budget supplémentaire des dépenses renferme en outre des renseignements sur les besoins relatifs aux dépenses qui n'étaient pas suffisamment définis pour être inclus dans le budget principal des dépenses ou qui ont ultérieurement été précisés afin de rendre compte de l'évolution de programmes et de services donnés.

L'information financière présentée dans le RMR provient directement des autorisations décrites dans le budget principal des dépenses et des renseignements fournis dans le RPP sur les dépenses prévues. Cette information financière correspond à celle fournie dans les Comptes publics du Canada. Ceux-ci renferment l'État consolidé de la situation financière, l'État consolidé des résultats et du déficit accumulé, l'État consolidé de la variation de la dette nette et l'État consolidé des flux de trésorerie du gouvernement du Canada, de même que des renseignements détaillés des opérations financières ventilés par portefeuille ministériel pour un exercice donné. Deux types d'information financière présentée dans le RMR proviennent des Comptes publics du Canada : les autorisations budgétaires disponibles pour emploi au nouvel exercice par une organisation qui reçoit des crédits parlementaires, et les autorisations utilisées lors de cet exercice. Ces dernières autorisations correspondent aux dépenses réelles décrites dans le RMR.

La *Politique sur la structure de la gestion, des ressources et des résultats* du Conseil du Trésor favorise une plus grande concordance de l'information sur le rendement présentée dans les RMR, les autres documents budgétaires et les Comptes publics du Canada. Pour les organisations qui reçoivent des crédits parlementaires, la Politique définit l'architecture d'alignement des programmes comme une structure par rapport à laquelle l'information sur le rendement financier et non financier est fournie aux fins des documents budgétaires et des rapports au Parlement. Peu importe si l'organisation présente l'information dans le budget principal des dépenses, le RPP, le RMR ou les Comptes publics du Canada, la même structure est utilisée.

Dans le but de mieux appuyer les décisions sur les crédits, un certain nombre de changements ont été apportés aux RMR en 2013-2014. Le RMR présente maintenant les renseignements sur les finances, les ressources humaines et le rendement dans la section II, au niveau le plus bas de l'architecture d'alignement des programmes, le cas échéant.

Le format et la terminologie du RMR ont également été modifiés afin de le rendre plus clair et cohérent et de mettre davantage l'accent sur l'information du budget des dépenses et des Comptes publics. De plus, l'information ministérielle concernant la Stratégie fédérale de développement durable (SFDD) a été regroupée dans un nouveau tableau de renseignements supplémentaires qui sera affiché sur le site Web du ministère. Ce tableau comprend tous les éléments de la Stratégie qui étaient auparavant fournis dans les RMR et les sites Web ministériels, y compris les rapports sur l'écologisation des opérations gouvernementales et les évaluations environnementales stratégiques. La section III du rapport fournira un lien vers le nouveau tableau dans le site Web du ministère. Enfin, les définitions des termes utilisés sont maintenant fournies en annexe.

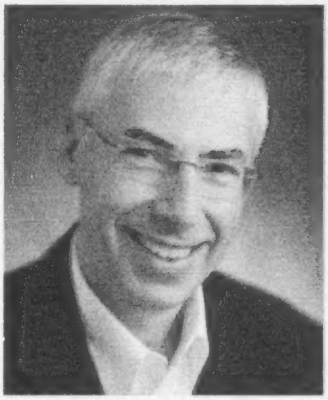
Message de la ministre

Le ministère du Patrimoine canadien et les organismes du portefeuille, dont l'Office national du film, contribuent de multiples façons à la qualité de vie des Canadiens. Ensemble, ils soutiennent nos créateurs, font valoir leur talent et les encouragent à innover, notamment dans l'univers numérique. Ils favorisent aussi la création d'un environnement au sein duquel tous les Canadiens peuvent vivre des expériences culturelles diversifiées, tout en préservant et en mettant en valeur notre dualité linguistique et notre riche patrimoine. Alors que nous nous préparons à célébrer les 150 ans de la Confédération canadienne en 2017, nous pouvons être fiers de ces institutions qui sont au cœur de la vie culturelle, sociale et économique de nos communautés. Elles contribuent à faire du Canada un pays créatif, fier de son passé et résolument tourné vers l'avenir.

En tant que producteur et distributeur public du Canada, l'ONF crée des œuvres médiatiques innovatrices issues de toutes les régions du pays et, ce faisant, ouvre une fenêtre sur les gens, les lieux et les événements qui façonnent la culture et l'histoire canadiennes. Alors qu'il s'apprête à célébrer son 75e anniversaire en 2014 — sous le thème « L'avenir fait partie de notre histoire » —, l'ONF continue d'enrichir son patrimoine, celui d'un pionnier douze fois récompensé aux Oscars, fer de lance de l'innovation dans le secteur de l'audiovisuel. Alors que la mission de l'ONF consiste à faire partager des expériences culturelles diverses et à capter l'essence même du Canada, ses œuvres repoussent les limites de l'imagination de ses artistes et auditoires, et créent les conditions propices à la créativité et à l'innovation des acteurs du paysage médiatique de demain.

À titre de ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, je suis ravie de vous présenter le *Rapport ministériel sur le rendement de 2013-2014* de l'Office national du film. Ce rapport brosse un tableau détaillé des réalisations de l'ONF au cours de la dernière année. Je vous invite à le parcourir afin de mieux connaître les initiatives qu'il a prises afin de remplir son mandat, d'appuyer les priorités de notre gouvernement et de servir les Canadiens des quatre coins du pays avec efficacité et diligence.

Message du Commissaire



L'année financière 2013–2014 a marqué le début d'un nouveau chapitre pour l'Office national du film, soit la mise en œuvre de la première étape de son Plan stratégique 2013-2018. Élaboré à la suite de longues consultations avec toutes les divisions, le Plan préconise que l'organisme se concentre davantage sur l'innovation et la créativité, sur le renforcement de ses interactions avec les Canadiens et les Canadiennes, et ce, dans toutes ses activités, ainsi que sur l'amélioration continue de ses modes de fonctionnement, tant ses méthodes de travail en équipe que sa gestion des ressources.

Le travail de pionnier qu'accomplit l'ONF en matière de programmation, de contenu en ligne et de développement d'applications a aidé à positionner le Canada à l'avant-plan de l'innovation en cinéma et en média numérique. En 2013-2014, l'ONF a reçu 111 prix — 43 au pays et 68 à l'étranger — en reconnaissance de son travail.

L'un des principaux objectifs de la stratégie de programmation de l'institution pour l'avenir consiste à préciser l'intention du documentaire d'opinion avec plus d'énergie et d'esprit critique, de manière à établir une identité propre pour les documentaires de l'ONF. D'ailleurs, la remarquable gamme de longs métrages documentaires produits par l'ONF en 2013-2014 reflétait déjà cet objectif.

En outre, à titre de ressource mondialement reconnue en animation d'auteur, l'ONF a continué d'encourager et d'explorer de nouvelles avenues de création dans ce genre, alors même qu'il se préparait à souligner le centenaire de l'anniversaire de naissance du pionnier de l'animation Norman McLaren.

L'année financière 2013–2014 s'est aussi déroulée sous le signe de l'innovation pour les médias interactifs de l'ONF, comme l'indiquait un article du *New Yorker* daté du 29 avril et intitulé « Where Film Goes to Be Reinvented » (Là où on réinvente le cinéma). L'experte en médias numériques Julia Kaganskiy a louangé l'ONF, le qualifiant de « précurseur à qui l'on doit les expériences les plus progressistes et les plus innovantes dans le domaine du média numérique et du récit interactif ».

Mais l'ONF n'en est pas à ses premières armes en tant que conteur innovant; au fil de ses soixante-quinze ans d'existence, l'institution a relaté les histoires canadiennes de toutes les régions du pays de manière authentique — faisant valoir des points de vue souvent négligés par les organisations médiatiques traditionnelles — et a fait connaître ces précieuses chroniques à l'ensemble des Canadiens.

En 2009, l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca/NFB.ca a imposé la nouvelle norme en matière d'accessibilité numérique pour la culture et l'histoire de notre pays, et le Plan stratégique insiste sur la nécessité d'une accessibilité accrue — la nécessité d'accroître la présence, la notoriété et la

portée des œuvres de l'ONF en intensifiant ses relations avec les auditoires canadiens et étrangers en classe, dans les communautés, les cinémas et sur toutes les plateformes utilisées pour visionner et échanger des contenus créatifs et créer des réseaux axés sur ces contenus. À cet égard, les auditoires internet et des plateformes mobiles se sont accrus et ont franchi un autre cap l'année passée puisqu'il y a eu plus de 54 millions de visionnages de contenu ONF par l'entremise de notre Espace de visionnage en ligne, de nos applications pour ordiphones, tablettes et télévisions connectées et des plateformes de nos partenaires internationaux.

L'ONF a poursuivi la mise en œuvre de son plan de numérisation — en vertu duquel l'ensemble de sa collection sera éventuellement numérisée — et il a aussi entrepris des pourparlers avec des partenaires, ici et dans le reste du monde, au sujet d'une ambitieuse initiative visant à développer ONF.ca/NFB.ca pour en faire une famille de chaînes conçues pour l'utilisateur. L'ONF explore maintenant les meilleures façons de complémenter sa présence traditionnelle dans Internet avec de nouvelles plateformes en ligne adaptées aux goûts des férus d'animation et de documentaires ou offrant d'autres types de programmation, qui permettront d'augmenter les recettes de ses activités en ligne.

Alors que l'ONF célèbre 75 ans en tant que producteur et distributeur public, il renouvelle son engagement à transformer sa façon de travailler et de créer pour mieux servir le Canada, interagir avec la population canadienne à propos d'enjeux et d'histoires qui lui tiennent à cœur et positionner le pays à la pointe de l'innovation à l'ère des médias numériques.

Le Rapport ministériel sur le rendement 2013–2014 expose en détails plusieurs des activités et accomplissements mentionnés ci-dessus et donne un aperçu utile des progrès que nous avons réalisés vers l'atteinte des grands objectifs de notre Plan stratégique.

Claude Joli-Coeur
Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada par intérim

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation

Profil de l'organisation

Ministre de tutelle : L'honorable Shelly Glover, C.P., députée

Premier dirigeant : Claude Joli-Cœur, Commissaire du gouvernement à la cinématographie par intérim

Portefeuille ministériel : Ministère du Patrimoine canadien

Instruments habilitants : *Loi sur le cinéma*, L.R.C. (1985), ch. N-8

Année d'incorporation ou de création : 1939

Autre : Le conseil d'administration de l'Office national du film est composé actuellement de sept membres, soit le commissaire du gouvernement à la cinématographie qui agit à titre de président, le directeur général de Téléfilm Canada et cinq autres membres nommés par le gouverneur en conseil. À l'exception du commissaire et du directeur général de Téléfilm Canada, les membres du conseil exercent leur charge pendant trois ans. Le rôle du conseil est principalement de définir les orientations générales de l'ONF et d'approuver ses budgets et ses plans stratégiques.

Contexte organisationnel

Raison d'être

L'Office national du film (ONF) a été créé par une loi du Parlement fédéral en 1939 et rend compte au Parlement canadien par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles. L'ONF a pour mandat de produire et distribuer des œuvres originales et innovatrices lesquelles font mieux comprendre les enjeux auxquels doit faire face la population canadienne et qui font connaître les valeurs et les points de vue canadiens au pays et dans le monde. Au fil des décennies, il est devenu la norme en matière d'innovation audiovisuelle au Canada et joue un rôle important en soulignant les changements et les événements marquants de la société canadienne.

En tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles, l'ONF joue un rôle essentiel, en offrant une perspective de la richesse et de la diversité canadienne. C'est à travers des documentaires d'auteur, des films d'animation et des nouveaux médias qu'il explore les enjeux sociaux contemporains. Depuis sa fondation, l'ONF témoigne des bouleversements et des grands événements sociaux qui transforment le visage du pays.

Responsabilités

À titre de producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles du Canada, l'ONF documente l'histoire et la culture du pays pour les auditoires d'ici et de l'étranger. Au cours des 75 dernières années, l'ONF a produit plus de 13 000 œuvres, remporté au-delà de 5 000 prix, inspiré et influencé des générations de cinéastes au Canada et partout sur la planète. Ses productions audiovisuelles donnent un aperçu particulier de la diversité et de la vitalité de notre culture et constituent un élément essentiel de notre patrimoine national.

L'ONF est régi par la *Loi sur le cinéma*[1] et par diverses autres lois, notamment la *Loi sur la gestion des finances publiques*[2] (qui définit la structure et les méthodes d'administration financière en vigueur au sein du gouvernement), *la Loi sur l'accès à l'information*[3], la *Loi sur la protection des renseignements personnels*[4], la *Loi sur les langues officielles*[5] ainsi que la *Loi sur le multiculturalisme canadien*[6].

En tant que producteur, l'ONF remplit ses responsabilités en investissant constamment de nouveaux champs de création, que ce soit en documentaire, en animation d'auteur ou en production interactive. Il met à profit les possibilités artistiques et technologiques qui se

[1] http://lois.justice.gc.ca/fra/lois/N-8/page-1.html

[2] http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/F-11/

[3] http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/a-1/

[4] http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/

[5] http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/

[6] http://laws.justice.gc.ca/fra/lois/C-18.7/

présentent dans le paysage médiatique en plus de collaborer avec des cinéastes établis et de la relève, des créateurs multimédias et des coproducteurs de toutes les régions du pays, diverses communautés ethnoculturelles et autochtones, et des partenaires du monde entier. La créativité et la pertinence sociale sont au cœur de ses productions.

L'ONF assume son rôle de distributeur en faisant en sorte que les auditoires d'ici et d'ailleurs aient accès à son contenu canadien et soient en mesure d'interagir avec ce contenu sur une variété de plateformes de distribution traditionnelles et virtuelles. Il s'acquitte de cette responsabilité par le biais des activités suivantes :

- la conservation et la préservation de sa collection cinématographique d'intérêt patrimonial;
- la distribution et la diffusion de ses œuvres sur le marché des consommateurs;
- la distribution et la mise en valeur de ses œuvres sur les marchés éducatifs canadien et internationaux et les marchés institutionnels
- la mise en valeur de ses œuvres auprès de l'industrie nationale et internationale.

Les nouvelles productions de l'ONF ainsi que sa vaste collection de films – la mémoire collective de la nation – sont de plus en plus accessibles aux Canadiens et Canadiennes, dans chaque province et territoire.

Résultat stratégique et architecture d'alignement des programmes

1. Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

1.1 Programme : Production audiovisuelle

1.2 Programme : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

1.2.1 Sous-programme : Conservation et préservation

1.2.2 Sous-programme : Accès des consommateurs et interaction

1.2.3 Sous-programme : Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction

1.2.4 Sous-programme : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Services internes

Priorités organisationnelles

Priorité	Type[7]	Résultat stratégique et programmes
Laboratoire créatif en programmation	Déjà établie	- Programme 1.1: Production audiovisuelle
Sommaire des progrès		
• En 2013-2014, l'ONF a mené à bien cette priorité en achevant 72 productions originales et coproductions et 10 sites Web interactifs proposant 18 films. Ces productions reflètent un large éventail d'histoires et de points de vue canadiens. En outre, l'organisation a lancé deux applications pour tablette et procédé à quatre installations. • Un quart des récompenses récoltées dans divers festivals sont considérées comme de prestigieux honneurs. • Plus de la moitié des productions achevées ont été créées par des cinéastes issus de diverses communautés ethnoculturelles, régionales, linguistiques et autochtones. • Près de 30 % des productions achevées ont été créées par des cinéastes de la relève. • Les cinéastes des communautés de langue officielle en situation minoritaire (anglophones au Québec et francophones hors Québec) ont signé 24 productions originales et 6 films destinés au Web. • En 2013-2014, l'ONF a noué ou renouvelé des partenariats prestigieux avec les organisations suivantes : les Prix du Gouverneur général pour les arts du spectacle, pour la sixième année; le Musée de la Civilisation de Québec, l'Agence spatiale canadienne, la Nunavut Film Development Corporation, *The New York Times*; Arte; France Télévisions; le Réseau de télévision des Peuples		

7. Les différents types de priorités sont les suivants : priorité déjà établie – établie au cours du premier ou du deuxième exercice précédant l'exercice visé dans le rapport; priorité permanente – établie au moins trois exercices avant l'exercice visé dans le rapport; priorité nouvelle – établie au cours de l'exercice visé dans le RPP ou le RMR.

autochtones (APTN) et l'Alliance des producteurs francophones du Canada.
- L'année 2013–2014 a amené beaucoup de changement au Programme anglais qui a recruté des producteurs exécutifs pour ses studios de l'Ontario, du Pacifique et d'Animation, ainsi que deux nouvelles productrices au Studio d'animation. Les changements de personnel (y compris le départ de la directrice générale) ont entraîné certains retards dans les calendriers de production.

Priorité	Type	Résultat stratégique et programmes
Laboratoire créatif en technologie	Déjà établie	- Programme 1.1: Production audiovisuelle - Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Sommaire des progrès

- En poursuivant la mise en œuvre de sa Stratégie numérique, l'ONF se dote des moyens nécessaires pour exécuter son mandat de programmation, de distribution, d'accessibilité, de développement de nouvelles relations d'affaires et de préservation de son patrimoine audiovisuel.
- Afin d'assurer la sécurité physique de sa collection, l'ONF a transféré 2458 titres dans un endroit distinct. Jusqu'à maintenant, il a sécurisé 77 % de sa collection.
- Le plan de numérisation de l'ONF est dans la bonne voie. Au 31 mars 2014, 55 % des œuvres de la collection de l'ONF étaient assorties d'un pivot, et 40 % des œuvres de la collection avaient un master numérique source.
- Le partenariat technologique continu avec North Plains Systems a mené au développement de l'infrastructure nécessaire à la mise en place du système de gestion des actifs numériques de l'ONF.
- Les exigences mémoire accrues résultant de la mise en application du Pan de numérisation de l'ONF ont posé un défi pour l'infrastructure de stockage de l'organisation. Pour remédier à la situation, l'ONF a fait l'acquisition d'un logiciel d'archivage de fichiers de grande puissance dont la capacité de stockage est quatre fois plus grande que celle de la bibliothèque actuelle.

Priorité	Type	Résultat stratégique et programmes
Élargir, joindre et engager les auditoires	Déjà établie	- Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Sommaire des progrès

- Les progrès réalisés à l'égard de cette priorité ont été satisfaisants. Les objectifs fixés ont été atteints ou sont en voie de l'être dans les délais prescrits.
- En 2013–2014, les productions de l'ONF ont enregistré 35,4 millions de visionnages sur une variété de plateformes, à l'échelle mondiale.
- L'ONF a accentué sa présence en ligne grâce à l'ajout dans ONF.ca/NFB.ca de 320 films dans les

deux langues officielles.

- L'ONF a mis en place de meilleurs systèmes de gestion des données pour améliorer ses mesures d'auditoire et l'analyse du comportement et des transactions des utilisateurs dans ONF.ca/NFB.ca., et aussi pour mesurer le visionnage sur les nouvelles plateformes (notamment sur les applications pour les téléviseurs Smart TV, CAMPUS et d'autres applis) et d'en faire rapport.
- Un plan visant à créer dans ONF.ca/NFB.ca des chaînes dans de nouvelles langues ne s'est pas concrétisé en raison d'un changement de stratégie et de l'annonce d'une nouvelle plateforme documentaire internationale de diffusion en continu dans ONF.ca/NFB.ca.
- L'ONF a souligné le 40e anniversaire de l'ACIC, en faisant l'acquisition de huit films réalisés grâce à ce programme et les a mis à disposition dans ONF.ca. Le plan de création d'une chaîne de cinéma indépendante a été intégré dans la réorganisation d'ONF.ca/ NFB.ca, lequel comprendra notamment une plateforme internationale de diffusion en continu de documentaires (voir ci-dessus).
- En 2013-2014, l'ONF a enrichi son portail éducatif CAMPUS de nouvelles ressources et fonctionnalités comme le partage des sélections, le chapitrage et les trousses d'apprentissage. L'ONF a aussi ajouté 40 de ses films à la bibliothèque de CAMPUS et fait l'acquisition de 389 films qui serviront de complément à sa collection de films éducatifs.
- Le lancement de la version de CAMPUS pour le secteur éducatif des États-Unis a été reporté à l'année 2014-2015 en raison de délais causés par des défis technologiques. Une mise en ligne est prévue pour septembre 2014.
- Dans l'ensemble, la leçon retenue est que mieux l'ONF comprend le comportement et les préférences de l'utilisateur en ligne, mieux il gère ses multiples interactions avec lui et plus il a de possibilités d'accroître les revenus.

Priorité	Type	Résultats stratégiques et programmes
Excellence organisationnelle (processus, collaboration et communication)	Déjà établie	- Programme 1.1: Production audiovisuelle - Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire - Programme 1.3: Services internes

Sommaire des progrès

- Le renouvellement de sa culture organisationnelle a permis à l'ONF de se redéfinir en tant qu'organisation créative de pointe et de favoriser un environnement qui stimule la collaboration et l'ouverture, encourage le leadership et valorise la diversité ainsi que les nouveaux modèles opérationnels.
- La mise en œuvre du Plan stratégique 2013-2018 résulte d'une approche consultative adoptée par la haute direction. Une série de rencontres de travail avec les gestionnaires, les superviseurs et chacun des employés a eu lieu en vue d'assurer une compréhension commune et l'appropriation du plan d'action.
- L'ONF n'a pas fait l'objet d'une évaluation du CRG en 2013-2014.
- Le projet de déménagement du quartier général a été reporté.
- Des mesures ont été mises en place pour s'assurer de la sauvegarde de la collection en cas de

sinistre. 77 % de la collection est maintenant conservé à deux endroits différents. Le principal risque identifié dans l'Analyse de répercussions des opérations (ARO) est la perte de la collection de films de l'ONF.

- L'ONF a réalisé des éléments de son plan de communication interne en renforçant le partage de l'information de façon générale, et particulièrement de l'information portant sur ses objectifs pour l'année fiscale 2013-2014.
- L'ONF a lancé en 2013-2014 le programme de développement du leadership pour les gestionnaires. À ce jour, plusieurs modules de formation ont été offerts, dont les ateliers « Communication mobilisatrice », « Performance optimale » et « Objectifs SMART ».
- L'ONF a poursuivi la mise en œuvre de la politique sur le contrôle interne en 2013-2014, en mettant en place des contrôles additionnels touchant la politique d'achat, les accès Oracle des usagers et le processus clé des Immobilisations.

Analyse des risques

L'ONF affronte les risques suivants de façon continue. Les stratégies d'atténuation de ces risques prioritaires correspondent aux plans d'action organisationnels. De cette façon, l'ONF s'assure d'une approche concertée dans la gestion des risques pouvant nuire à l'atteinte de ses objectifs et à la conduite de ses opérations.

Principaux risques

Risque	Stratégie d'atténuation du risque	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
1. Le déménagement de l'ONF: que le bureau central de l'ONF ne soit pas relocalisé.	• Mise en œuvre du projet de relocalisation (incl. Plan de financement du projet de relocalisation du quartier général)	Production / Accessibilité et interaction avec l'auditoire
2. La désuétude technologique et la préservation des actifs numériques : que l'ONF perde ses actifs numériques ou que la sécurité de ses actifs soit atteinte.	• Numérisation de la collection de l'ONF • Veille technologique accrue • Groupe de travail sur la préservation des productions et sites Internet interactifs	Production / Accessibilité et interaction avec l'auditoire / Services internes
3. La gestion des droits d'auteur : que la difficulté de libérer les droits d'auteur mène à l'incapacité d'utiliser les contenus de l'ONF.	• Rappels réguliers des exigences de la Politique d'acquisition de droits d'auteur de l'ONF • Mise en œuvre du Plan d'action concernant la gestion des droits 2012-2014	Production / Accessibilité et interaction avec l'auditoire / Services internes

4. Les communications avec nos partenaires : qu'il y ait controverse dans le cadre des relations entre l'ONF et ses partenaires.	• Processus d'analyse de risque des projets et des partenariats (incl. élaboration d'un guide et d'un répertoire des partenariats stratégiques)	Production / Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Le déménagement de l'ONF

Le projet de déménagement a été reporté. L'ONF travaillera de concert avec le ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) pour revoir l'échéancier du projet.

La désuétude technologique et la préservation des actifs numériques

L'obsolescence rapide du matériel technique et technologique reste un enjeu avec lequel l'ONF doit et devra composer continuellement. C'est pourquoi l'ONF revoit continuellement ses méthodes de travail et ses équipements pour demeurer à la fine pointe de la technologie. Par ailleurs, le plan de numérisation de la collection débuté en 2011 assure la création et le maintien de fichiers source permettant de livrer les produits dans toutes les plateformes, actuelles et futures.

En ce qui concerne la préservation des sites internet interactifs, l'ONF a mis en place un plan pour la révision de ses systèmes de gestion des actifs numériques. Le plan prévoit entre autre la préservation de toutes les composantes des sites internet interactifs. Par ailleurs, l'ONF suit de près les développements de l'industrie relatifs à la préservation des sites interactifs.

La gestion des droits d'auteur

L'acquisition et le renouvellement des droits d'auteur est devenu un enjeu de taille dans un environnement médiatique où les contenus sont désormais accessibles par le biais de plateformes numériques, cela tant pour les créateurs que les utilisateurs de contenu. La durée, le délai et les coûts substantiels qui accompagnent l'acquisition, par exemple, des droits Internet pour de nombreuses œuvres de la collection de l'ONF font en sorte que l'institution fait face au risque de ne pouvoir utiliser ses propres contenus.

La Politique d'acquisition de droits d'auteur est mieux respectée à la suite de la mise en œuvre du plan d'action 2012-2014 sur la gestion des droits, une formation offerte sur l'acquisition des droits par la Direction des relations d'affaires et services juridiques en 2012-2014. La haute direction de l'ONF est très satisfaite du travail accompli sur ce front. La dernière phase de ce plan d'action est d'offrir une formation ciblée aux producteurs d'œuvres interactives, puisque les dossiers de droits d'auteur dans ce domaine précis présentent des défis singuliers.

Les communications avec nos partenaires

La contribution de l'ONF au Budget 2012 du gouvernement du Canada s'est concrétisée par une série de mesures qui ont eu un impact sur nos partenaires. Afin de maintenir un climat de confiance, l'ONF entretient des relations soutenues et positives avec la communauté des créateurs et ses différents partenaires d'affaires. Par ailleurs, plusieurs partenariats intéressants ont été mis de l'avant en 2013-2014, parmi lesquels le renouvellement de l'Entente de collaboration pour le développement des arts et de la culture des communautés francophones en situation minoritaire au Canada. La haute direction de l'ONF a organisé une importante rencontre avec des membres de la Documentary Organization of Canada (DOC), un collectif représentant la communauté des documentaristes indépendants. Cette rencontre a permis de renouer un dialogue entre les deux organisations.

Dépenses réelles

Ressources financières budgétaires (dollars)

Budget principal des dépenses 2013-2014	Dépenses prévues 2013-2014	Autorisations totales pouvant être utilisées 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2013-2014	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues)
62 890 037	62 890 037	69 288 514	66 587 103	3 697 066

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

Prévu 2013-2014	Réel 2013-2014	Écart (réel moins prévu) 2013-2014
399	404	5

Le total des autorisations pouvant être utilisées 2013-2014 comprend le financement pour les indemnités de départ et de congé parental, qui est exclu du budget principal des dépenses pour un montant de 3,5 millions $, le report de fonds provenant de 2012-2013 de 2,1 millions $ ainsi que la compensation de 800 000 $ pour les révisions salariales 2013-2014 des employés exclus et syndiqués. Du total des autorisations pouvant être utilisées, l'ONF reporte 2,7 millions $ à 2014-2015, soit un montant comparable à l'année précédente (2 103 510 $ en 2013-2014) pour assurer le financement de projets porteurs tels que le nouveau ONF.ca et sa chaîne internationale du documentaire. Également, ce report permettra, en partie, de financer les projets de déménagement de certains bureaux régionaux (Halifax, St-John's et Moncton) et de financer les révisions salariales, non compensées pour les années 2014-2015 et 2015-2016.

Total des dépenses prévues	62 890 037
Budget supplémentaire des dépenses	6 398 477
Total des autorisations	**69 288 514**
Report de fonds à 2014-2015	(2 701 411)
Total des dépenses réelles	**66 587 103**

Sommaire du rendement budgétaire pour les résultats stratégiques et les programmes (dollars)

Résultats stratégiques, programmes et Services internes	Budget principal des dépenses 2013-2014	Dépenses prévues 2013-2014	Dépenses prévues 2014-2015	Dépenses prévues 2015-2016	Autorisations totales pouvant être utilisées 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2012-2013	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2011-2012
Résultat stratégique 1 : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.								
Production audiovisuelle	37 909 943	37 909 943	37 939 001	37 897 134	38 584 746	40 451 187	41 309 421	42 369 597
Accessibilité et interaction avec l'auditoire	17 130 896	17 130 896	13 696 531	13 672 088	21 382 563	18 949 388	19 209 203	16 340 034
Total partiel	55 040 839	55 040 839	51 635 532	51 569 222	59 967 309	59 400 575	60 518 624	58 709 631
Services internes	7 849 198	7 849 198	7 876 709	7 867 461	9 321 205	7 186 528	7 644 722	8 194 426
Relocalisation quartier général			400 000	10 200 000				
Total	62 890 037	62 890 037	59 912 241	69 636 683	69 288 514	66 587 103	68 163 346	66 904 057

L'écart entre les dépenses prévues et les dépenses réelles provient principalement du financement des indemnités de départ et de congé parental, qui est exclu du budget principal des dépenses, étant autorisé par le Conseil du Trésor qu'au moment du versement. En effet, en 2013-2014, plus de 75 % des employés régis par une convention collective ont encaissé leur indemnités de départ qui ont cessé de s'accumuler à compter de 2012.

Les ententes de production commanditée avec la Fondation canadienne des relations raciales et l'Université de l'Alberta ont été supérieures aux montants anticipés.

Le programme Accessibilité et interaction avec l'auditoire poursuit sa croissance dans le secteur éducatif avec l'offre CAMPUS en prévision du lancement de ce portail aux États-Unis et à l'international. Le secteur de développement et d'applications numériques connait aussi une croissance pour la refonte et le repositionnement du site de visionnage en ligne ONF.ca et de sa chaîne internationale du documentaire.

Les dépenses prévues 2013-2014 des services internes comportaient une réserve pour le financement par l'ONF du projet de relocalisation du quartier général qui a été reporté à une date ultérieure.

Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental

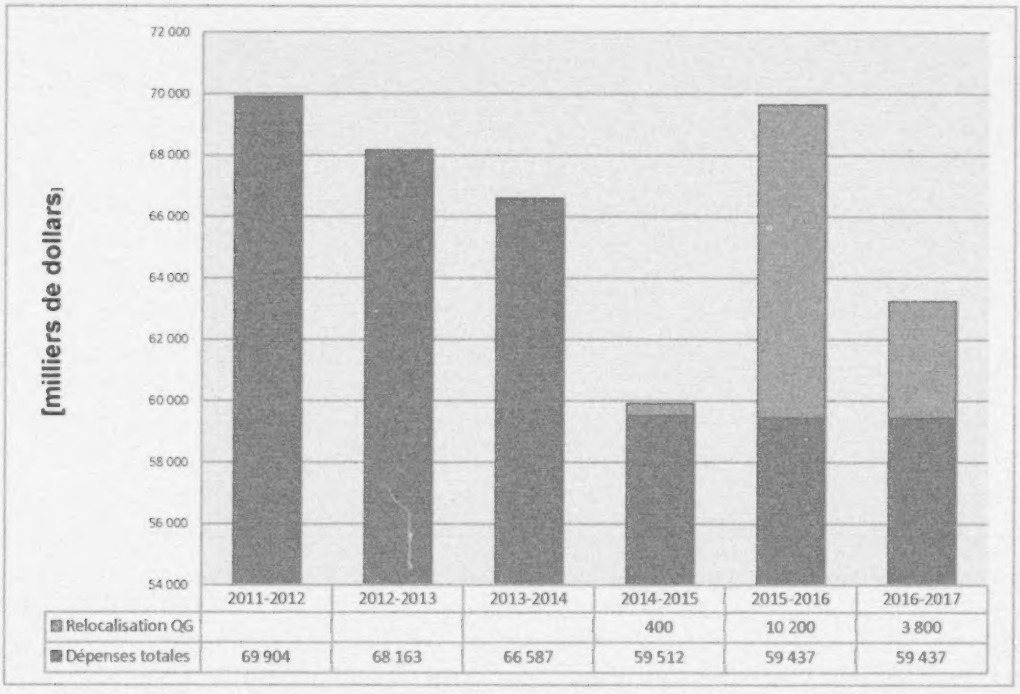
Harmonisation des dépenses réelles pour 2013-2014 avec le cadre pangouvernemental[i] (dollars)

Résultat stratégique	Programme	Secteur de dépenses	Résultat du gouvernement du Canada	Dépenses réelles 2013-2014
1 Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.	1.1 Production audiovisuelle	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	40 451 187
	1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	18 949 388

Total des dépenses par secteur de dépenses (dollars)

Secteur de dépenses	Total des dépenses prévues	Total des dépenses réelles
Affaires économiques	-	-
Affaires sociales	62 890 037	66 587 103
Affaires internationales	-	-
Affaires gouvernementales	-	-

Tendances relatives aux dépenses du ministère



	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Relocalisation QG				400	10 200	3 800
Dépenses totales	69 904	68 163	66 587	59 512	59 437	59 437

Depuis 2012-2013, l'ONF met en œuvre les mesures inscrites dans sa participation au plan d'action de réduction du déficit (soit de 100 000 $ 2012-2013, 3,3 millions $ en 2013-2014 $). À compter de 2014-2015, les dépenses reflètent la réduction permanente de 10 % pour un montant total de 6,7 millions $.

De 2014-2015 à 2016-2017, il était prévu que l'ONF reçoive des fonds pour la relocalisation de son quartier général. Le projet est toujours en attente d'approbation et les fonds seront reconduits dans des années ultérieures dans le cadre de la Mise à jour annuelle des niveaux de référence (MAJNR) 2015-2016.

Budget des dépenses par crédit voté

Pour obtenir des renseignements au sujet des crédits votés et des dépenses législatives de l'Office national du film, veuillez consulter les *Comptes publics du Canada 2014* sur le site Web de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada[ii].

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique

Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

Mesure du rendement

Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Pourcentage de la population canadienne ayant indiqué que les productions de l'ONF reflètent les histoires ou les perspectives canadiennes.	75 % d'ici le 31 mars 2015	*83%*
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres audiovisuelles explorant la diversité canadienne.	75 % d'ici le 31 mars 2015	*69%*
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres achevées explorant les enjeux sociaux pertinents.	75 % d'ici le 31 mars 2015	*76%*
Nombre de titres offerts dans ONF.ca / NFB.ca	2 500 d'ici le 31 mars 2015	*2774 titres sur ONF.ca et NFB.ca (pour un total de 3380 productions).* *706 titres exclusivement destinés aux professionnels de l'éducation par l'entremise de CAMPUS.*

Programme 1.1 : Production audiovisuelle

Description

Ce programme contribue à donner aux Canadiens une meilleure compréhension des enjeux auxquels est confronté leur pays et fait connaître les points de vue canadiens aux autres nations.

À titre de producteur du secteur public, l'ONF produit des œuvres audiovisuelles originales qui reflètent les diverses perspectives canadiennes – culturelles, régionales et autochtones, entre autres – et qui émanent des divers créateurs et communautés composant le pays. Cette activité de programme intervient dans des domaines où le secteur privé est absent et donne aux créateurs la possibilité d'explorer les avancées artistiques et technologiques en matière de forme et de

contenu. Elle assure également la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et de la créativité au sein des communautés de cinéastes et des autres communautés de créateurs.

La programmation de l'ONF est nécessaire pour assurer aux Canadiens l'accès à diverses voix et à divers contenus dans les deux langues officielles. Elle fait la promotion de la culture et des valeurs canadiennes dans le cadre d'événements à caractère historique ou culturel de portée nationale. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, l'ONF s'impose comme chef de file dans la création de contenu numérique innovateur, dans les deux langues officielles. Les activités de production englobent la conceptualisation, la recherche, le développement et la production de documentaires, de films d'animation, de contenu nouveau média et d'autres formes émergentes.

Ressources financières budgétaires (dollars)

Budget principal des dépenses 2013-2014	Dépenses prévues 2013-2014	Autorisations totales pouvant être utilisées 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2013-2014	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2013-2014
37 909 943	37 909 943	38 584 746	40 451 187	2 541 244

Ressources humaines (Équivalents temps plein [ETP])

Prévu 2013-2014	Réel 2013-2014	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2013-2014
239	242	3

Résultats du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont innovatrices.	Pourcentage du public canadien percevant l'ONF comme une institution innovatrice et créatrice.	65 % (innovatrice) d'ici le 31 mars 2015 75 % (créatrice) d'ici le 31 mars 2015	*70% innovatrice* *81% créatrice*
	Pourcentage de prix et d'hommages prestigieux par rapport au nombre total de prix remportés dans les festivals canadiens et internationaux (p. ex. : prix liés à l'innovation, à l'excellence créatrice, hommages, prix du Canada pour la diversité)	15 % d'ici le 31 mars 2014	*24%*

Les créateurs canadiens établis et de la relève qui travaillent avec l'ONF représentent la diversité canadienne	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes de la relève[8].	23 % d'ici le 31 mars 2014	*29%*
	Nombre de cinéastes de la relève qui font un film à l'ONF ou qui participent à un programme favorisant l'épanouissement des talents, y compris les concours.	110 d'ici le 31 mars 2014	*138*
	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes issus des diverses communautés ethnoculturelles, régionales et linguistiques, par des cinéastes autochtones et par des cinéastes handicapés.	51 % d'ici le 31 mars 2014	*52%*
L'ONF participe à des événements de portée historique et culturelle faisant la promotion de la culture et des valeurs canadiennes.	Nombre de productions réalisées pour des projets nationaux et internationaux d'envergure.	13 d'ici le 31 mars 2014	*11*

Analyse du rendement et leçons retenues

Au cours de la dernière année, plusieurs changements sont survenus à la direction de l'ONF, dont le départ des directrices générales du Programme français et du Programme anglais au dernier trimestre de l'exercice financier 2013-2014. Deux directrices générales intérimaires ont été nommées pour assurer la continuité de la mise en œuvre du Plan stratégique de l'ONF et des objectifs de programmation. Le processus de recrutement pour les deux postes devrait être terminé d'ici le début du mois de février 2015.

Le producteur exécutif responsable du Studio de la francophonie canadienne a assumé cette fonction nouvellement créée à la mi-avril 2013. Ce poste donnera à l'ONF la possibilité de hausser son niveau de collaboration avec les artistes francophones de partout au Canada. En septembre, la direction du Programme français a entrepris une importante tournée des communautés francophones de l'ensemble du pays pour rencontrer les cinéastes, les producteurs, la presse ainsi que les associations de médias. Par ailleurs, tout au long de l'année, le commissaire adjoint s'est rendu dans les provinces et territoires du pays pour y rencontrer les représentants d'une centaine d'organisations francophones, notamment des associations nationales représentant les femmes canadiennes françaises, les personnes âgées, les jeunes et les parents.

[8] Un cinéaste est considéré comme faisant partie de la relève lorsqu'il réalise son 1er, 2e ou 3e film.

Programmation

En 2013-2014, l'ONF a terminé 72 productions originales et coproductions, soit 52 documentaires, 19 animations et un court métrage de fiction. L'ONF a aussi créé 10 productions Web originales et 18 films pour ces sites, ainsi que deux applications pour tablettes et quatre installations.

Prix et distinctions

L'ONF s'est vu décerner 111 prix au total par une variété de festivals canadiens et étrangers. Près du quart de ces récompenses sont des distinctions prestigieuses comme les prix Écrans canadiens, les prix Gémeaux, les Webbys ainsi que les prix de la Writers Guild of America, du Festival international du film d'animation d'Annecy et du Festival international des médias de Banff.

Le 40e anniversaire du programme ACIC (Aide au cinéma indépendant – Canada) a été souligné aux Rendez-vous du cinéma québécois à l'occasion d'une soirée spéciale au cours de laquelle l'ONF a annoncé la mise en ligne sur ONF.ca des productions produites par l'entremise de ce programme.

Projets d'envergure

En 2013–2014, l'ONF a lancé plusieurs documentaires, productions interactives et animations notables et très médiatisés.

Le docuweb interactif *Journal d'une insomnie collective*, qui brise le silence entourant cette affligeante condition qu'est l'insomnie en réunissant les récits intimes d'insomniaques de partout dans le monde, a été lancé en ligne en avril 2013 dans le cadre du programme Storyscapes, une autre célébration du récit interactif au Festival du film de Tribeca, à New York.

La production interactive *A Short History of the Highrise*, fruit du premier partenariat de l'ONF avec *The New York Times*, a fait la une du vénérable quotidien américain et a réaffirmé le rôle moteur de l'ONF en innovation dans le domaine du documentaire par son habile combinaison de film linéaire et de format interactif.

En octobre 2013, au prestigieux DocLab du Festival international du film documentaire d'Amsterdam (IDFA), l'ONF a lancé le premier projet narratif conçu de façon créative pour l'expérience utilisateur moderne sur tablette et appareil mobile. Expérience immersive de lecture interactive, *The Last Hunt* (*La dernière chasse*) fait appel à l'animation et à une bande sonore qui s'adapte aux différents arcs narratifs pour relater une histoire d'amour et de perte centrée sur un membre vieillissant de la famille.

En animation, *Subconscious Password* (*Jeu de l'inconscient*), de Chris Landreth, qui aborde sous un angle ludique et irrévérencieux une expérience fréquente — oublier le nom de quelqu'un — a

reçu le grand prix au prestigieux Festival d'Annecy. *Jutra*, un documentaire animé de Marie-Josée Saint-Pierre, synthétise la carrière du légendaire cinéaste Claude Jutra en adoptant une approche originale de la forme et du contenu. *Jutra* a été sélectionné par la Quinzaine des réalisateurs du Festival du film de Cannes.

En plus d'avoir créé le film d'animation en 3D *Gloria Victoria* en 2013–2014, le cinéaste applaudi Theodore Ushev a terminé le court métrage d'animation *Third Page from the Sun*, une allégorie sur les bouleversements que subit la Terre en conséquence du changement climatique. En production pendant l'année financière 2013-2014, *Me and My Moulton* (*Ma moulton et moi*) de la réalisatrice primée Torill Kove a été lancé en juin 2014 à Annecy.

En mai 2013, l'ONF a lancé *Ron Turcotte, jockey légendaire* (*Secretariat's Jockey, Ron Turcotte*), un long métrage documentaire sur une personnalité acadienne emblématique. Le film relate l'histoire de ce héros francophone acadien amoureux des chevaux qui a connu la gloire en remportant la convoitée Triple Couronne américaine avec le célèbre pur-sang Secretariat. La première de *Ron Turcotte, jockey légendaire* a eu lieu devant une salle comble (800 personnes) au Théâtre Capital, à Moncton.

En mars 2014, L'ONF a présenté la première du court métrage documentaire animé *54 Hours* à St. John's, à Terre-Neuve-et-Labrador. Le film relate la tragédie de 1914 survenue lorsque 132 chasseurs de phoque ont été abandonnés sur la glace pendant 54 heures et que 78 d'entre eux ont trouvé la mort. L'horaire prévu des projections a été élargi pour permettre six présentations consécutives, et l'événement a fait la manchette du journal comptant le plus important lectorat de St. John's. L'enseignement de l'histoire de la tragédie, laquelle est profondément enracinée dans le sentiment d'identité des Terre-Neuviens, est inscrit au programme éducatif du niveau secondaire de cette province. Pendant la première semaine de sa diffusion en continu sur NFB.ca, *54 Hours* a été visionné plus de 10 000 fois.

Voici d'autres sorties dignes de mention : *My Prairie Home* (*Mes Prairies, mes amours*), long métrage documentaire de Chelsea McMullan sur le musicien folk transgenre Rae Spoon, présenté en première au Festival international du film de Vancouver et sélectionné pour être projeté en compétition au festival Sundance; *NCR:Not Criminally Responsible* (*NCR : non criminellement responsable*) du réalisateur primé aux prix Emmy John Kastner; *Le prix des Mots*, de Julien Fréchette; et plusieurs autres titres mentionnés dans le RPP 2013-2014, dont *Crazywater*, (*Eau-de-feu*), de Dennis Allen et *Hue:A Matter of Colour*, (*Vie pigmentée*) de Vic Sarin, ainsi que la trilogie *Michelle, Marie et Thomas*, de Robert Lepage et Pedro Pires.

Événements d'importance

En prévision des célébrations du 100e anniversaire du Royal 22e Régiment, qui aura lieu en octobre 2014, l'ONF a réalisé le documentaire *Je me souviens, 100 ans du Royal 22e Régiment*, (dont le titre original était *De Courcelette à Kandahar*) (*The Van Doos:100 Years with the Royal 22e Régiment*) de Claude Guilmain. Le film recourt aux lettres de soldats et aux images

d'archives pour examiner l'histoire du premier régiment canadien-français, depuis sa création au début de la Première Guerre mondiale jusqu'à sa participation en Afghanistan.

En collaboration avec les Prix du Gouverneur général pour les arts du spectacle et le Centre national des arts, les producteurs de l'ONF ont collaboré avec des cinéastes de partout au pays pour créer sept courts métrages rendant hommage aux accomplissements des lauréats des Prix du Gouverneur général pour les arts du spectacle (PGGAS). Les réalisateurs Lisa Jackson, Marquise Lepage, Éric Morin, Simon Galiero, Rodolphe Caron, Kevin McMahon et Ann Marie Fleming ont capté l'esprit artistique des lauréats dans leurs films, lesquels ont été projetés devant un auditoire composé de représentants des milieux des arts, des affaires et du gouvernement. On a aussi commencé la production des huit films sur les lauréats de l'édition des PGGAS tenue en juin 2014.

Lancé en 2014 pour souligner le 75^{e} anniversaire de l'ONF, le long métrage documentaire *Shameless Propaganda*, (*Propagande téméraire*) réalisé par le Winnipégois Robert Lower, s'est inspiré de la déclaration de John Grierson, premier commissaire de l'ONF : « Il faut saisir les Canadiens par le collet et les convaincre qu'ils sont un grand peuple. » Lower explore le portrait du Canada que les anciens films de l'ONF (1939 à 1945) ont tracé et cherche des parallèles avec le pays que nous connaissons aujourd'hui.

Programmation éducative

En collaboration avec le secteur de l'éducation, l'ONF a produit en 2013-2014 plusieurs œuvres et événements conçus pour répondre aux besoins du personnel enseignant en matière de matériel pédagogique. Le lancement de *54 Hours* (décrit dans la section précédente) comportait un volet de projections publiques créé en partenariat avec The Rooms, le centre culturel public de Terre-Neuve, et appuyé par la diffusion en continu ainsi que par une stratégie positionnant ce court métrage comme un élément clé du programmes d'études dans toutes les écoles de la province.

Dans la cadre d'une stratégie visant à aider les jeunes du Canada à acquérir une meilleure compréhension de la langue française, de sa richesse et de sa diversité, l'ONF a lancé un important concours à l'échelle du pays, ouvert aux élèves du secondaire âgés de 13 à 17 ans, pour promouvoir son site Web interactif *Ta parole est en jeu* (produit en collaboration avec le Groupe des technologies de l'apprentissage de l'Université de Moncton). Pendant le concours, près de 6 000 visiteurs uniques ont exploré le site, lequel a enregistré quelque 18 000 visites, et 2 300 jeunes se sont inscrits pour jouer avec une importante banque de mots, d'expressions et d'accents.

Le documentaire d'Yves-Étienne Massicotte, *Les mots qui dansent*, lequel explore l'univers de la communauté sourde et ses efforts pour faire reconnaître sa culture et ses besoins distincts, a été achevé en 2013-2014, et sera lancé sur ONF.ca à l'occasion de La Journée mondiale des sourds. Le film sera aussi mis à disposition par l'entremise de CAMPUS, la plateforme de ressources éducatives en ligne de l'ONF, avec d'autres ressources sur la déficience auditive.

Voix autochtones

L'ONF a collaboré avec beaucoup d'artistes et de cinéastes autochtones dans un vaste éventail de genres, dans les deux langues officielles.

Au cours de l'année financière 2013-2014, la cinéaste chevronnée de l'ONF Alanis Obomsawin a achevé *Hi-Ho Mistahey!* un portrait inspirant de Shannen's Dream, un mouvement populaire porté par des jeunes pour réclamer une éducation équitable pour tous les enfants. *Hi-Ho Mistahey!* a été projeté en première au Festival international du film de Toronto (TIFF), où Alanis Obomsawin a aussi été honorée à l'occasion de la première édition du Birks Diamond Tribute to the Year's Women in Film, présentée en partenariat avec Telefilm Canada. Aux prix Écrans canadiens, Mme Obomsawin a reçu le prix humanitaire de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, lequel récompense une contribution exceptionnelle dans le secteur communautaire et public.

Également en 2013-2014, l'ONF, en collaboration avec le Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN), a lancé la première édition du concours Tremplin *Nikanik*, ouvert aux cinéastes francophones des Premières Nations du Québec désireux de réaliser une première ou une deuxième œuvre documentaire. C'est le projet *Alexandre Nikshan* du cinéaste Jean-Claude Therrien, qui a été choisi.

Le programme Digital North 1.0, issu d'un partenariat entre l'ONF et la Nunavut Film Development Corporation, vise à nous rapprocher des créateurs inuits de la relève en les aidant à développer la créativité de même que les connaissances des processus et de la méthodologie nécessaires pour relater des histoires en format interactif. En 2013–2014, les deux candidates choisies (Bonnie Ammaq et Nyla Innuksuk) ont été jumelées chacune avec un créateur de contenu interactif expérimenté pour donner vie à un récit destiné au Web. Un producteur de l'ONF travaille actuellement de façon intensive avec les deux cinéastes pour poser les fondations de leurs projets (respectivement intitulés *Christmas at Outpost Camp* et *Stories Through Strings*, et censés être achevés pendant l'exercice financier 2014-2015).

Enfin, *Similkameen Crossroads*, de Tyler Hagan, est la deuxième production interactive issue du partenariat entre l'ONF et imagineNATIVE pour favoriser la création d'œuvres multimédias, encourager les nouvelles formes d'expression artistique autochtone et offrir aux artistes autochtones canadiens la possibilité d'élaborer des productions néomédiatiques audacieuses et pertinentes sur le plan social.

Encadrement des talents et développement professionnel

En 2013-2014, plusieurs projets de l'ONF ont soutenu les efforts que l'organisation déploie en permanence pour recenser et encadrer les talentueux cinéastes de la relève alors qu'ils développent leurs aptitudes à la créativité.

La troisième édition du concours Cinéastes en résidence a été lancée en juin 2013. Cent sept personnes ont soumis leur candidature et deux finalistes ont été sélectionnés : Vali Fugulin et Céline Baril. À l'automne 2013, ces deux cinéastes ont amorcé leur résidence à l'ONF où pendant deux ans, elles s'emploieront à créer des projets novateurs en matière de contenu, de technologie et de distribution. Les cinéastes de la précédente édition du programme de résidence Carole Laganière et Danic Champoux, ont terminé leurs films respectifs (*Absences*, *Autoportrait sans moi*) en 2013-2014.

Le Programme anglais a lancé la neuvième édition de son programme Hothouse, un stage de trois mois en milieu de production professionnel destiné aux animateurs de la relève de partout au Canada. Les participants réalisent chacun un court métrage d'animation depuis la conception jusqu'au mixage définitif et à la sortie vidéo. Un total de 6 projets ont été sélectionnés parmi les 99 propositions soumises par des créateurs de diverses régions du pays et issus des deux communautés linguistiques. Les films achevés sortiront en 2014-2015 et seront accessibles en ligne.

En outre, la 21^{e} édition du concours biannuel Cinéaste recherché(e) s'est déroulée en 2013-2014. La gagnante, Keyu Chen, aura la possibilité de réaliser son premier film d'animation professionnel, lequel s'intitule *Printemps*.

En 2013-2014, l'ONF a aussi joué un rôle actif dans le perfectionnement professionnel des cinéastes et des créateurs médiatiques canadiens. En plus d'offrir des ateliers de production interactive à ses superviseurs de production et à ses coordonnateurs techniques, l'ONF a organisé cette année trois chalets numériques (ateliers de création interactive) à l'intention des partenaires Arte, France Télévisions, APTN et de l'Alliance des producteurs francophones du Canada. Deux autres ateliers ont également été organisés dont l'un en Acadie avec des créateurs acadiens de différents horizons (écrivains, auteurs, etc.) et le second à Wendake avec de jeunes créateurs autochtones.

Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire[9]

Description

Ce programme fait en sorte que les auditoires canadiens et du reste du monde peuvent accéder à du contenu canadien innovateur reflétant les histoires et les perspectives canadiennes, le regarder, en discuter et interagir avec celui-ci. Alors que la consommation médiatique migre vers Internet, le contenu canadien doit être rendu disponible sur tous les supports numériques et mobiles.

Les mécanismes utilisés comprennent la distribution, le marketing et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié, d'un fonds d'archives bien établi et du développement de marchés diversifiés (p. ex., salles, télévision, consommateur et institutionnel), par le truchement d'Internet et des canaux traditionnels, au Canada et à l'étranger. Grâce à ces activités, l'ONF rend ses œuvres largement accessibles partout au Canada, notamment dans les communautés mal desservies et éloignées ainsi que dans les communautés autochtones et de langue officielle en situation minoritaire. Les activités de l'ONF liées à l'accessibilité et à l'interaction avec l'auditoire contribuent au dynamisme de la culture et du patrimoine canadiens.

Ressources financières budgétaires (dollars)

Budget principal des dépenses 2013-2014	Dépenses prévues 2013-2014	Autorisations totales pouvant être utilisées 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2013-2014	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2013-2014
17 130 896	17 130 896	21 382 563	18 949 388	1 818 492

Ressources humaines (Équivalents temps plein [ETP])

Prévu 2013-2014	Réel 2013-2014	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2013-2014
108	109	1

[9] Les résultats financiers et ressources humaines sont présentés au niveau du programme afin d'être conforme à la présentation du RPP 2013-2014, et seront présentés par sous-programme à partir de 2014-2015.

Résultats du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les auditoires canadiens et internationaux visionnent les œuvres de l'ONF et interagissent avec celles-ci	Pourcentage de la population canadienne qui affirme avoir vu une production de l'ONF au cours de la dernière année.	30 % d'ici le 31 mars 2015	*39%*
	Nombre total de visionnages d'œuvres de l'ONF.	35 millions d'ici le 31 mars 2015	*Total: 35 406 957*
	Nombre total d'utilisateurs par niveau d'interaction (visionnages d'utilisateurs enregistrés ou de clients [10]).	100 000 enregistrés et 12 000 clients d'ici le 31 mars 2015	*228 051 enregistrés 18 358 clients*
	Total des revenus produits	4,7 $ millions d'ici le 31 mars 2014	*$3 529 166*

Analyse du rendement et leçons retenues

L'ONF a amélioré sa méthodologie de sondage annuel auprès du public en recourant à un plus vaste échantillon de répondants en ligne et hors ligne et en élargissant la portée de ses questions. Selon le sondage, 39 % de la population canadienne avait vu une production de l'ONF au cours de la dernière année. Ce pourcentage est constant par rapport aux résultats des sondages effectués au cours d'exercices précédents.

En 2013-2014, le nombre de visionnages d'œuvres de l'ONF à l'échelle mondiale a atteint 35,4 millions, devançant ainsi l'objectif de 35 millions un an à l'avance. Ce chiffre représente une légère augmentation par rapport aux 34,6 millions de l'année précédente. De plus, compte tenu des 228 051 utilisateurs enregistrés et des 18 358 clients, l'ONF a aussi dépassé les objectifs qu'il s'était fixés quant à la mesure de l'interaction avec les auditoires. De nouveaux objectifs seront fixés pour l'exercice 2015-2016 dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Voici l'analyse des tendances des auditoires canadiens et étrangers selon les plateformes.

[10] Les utilisateurs enregistrés sont ceux qui n'ont pas recours aux services transactionnels de l'ONF, mais qui fournissent leurs coordonnées, s'inscrivent en tant qu'amis (p. ex. Facebook), s'abonnent aux cyberlettres ou aux chaînes de l'ONF, se créent un profil en ligne, etc.; les clients sont des particuliers ou des organisations qui utilisent les services transactionnels de l'ONF.

Auditoires canadiens

Auditoires canadiens	2013-2014	2012-2013
Visionnages à la télévision	11 332 000	9 707 000
Visionnages non commerciaux (marchés éducatif et instit.l)	11 469 703	12 615 512
Visionnages sur ONF.ca et NFB.ca	3 119 469	3 658 340
Visionnages de productions interactives sur ONF.ca et NFB.ca	256 489	308 390
Visionnages sur les sites partenaires (YouTube et Dailymotion)	1 023 823	742 832
Visionnages sur le marché de la vidéo consommateur	16 648	20 386
Visites aux médiathèques de l'ONF (Montréal et Toronto)	S. O.	68 023
Participants et participantes à des ateliers	23 594	8 952
Visionnages par projections publiques[11]	412 285	1 718 741
TOTAL GLOBAL	**27 654 011**	**28 848 176**

Dans l'ensemble, les auditoires canadiens ont baissé de 4 % (ou 1,2 million de visionnages) en 2013-2014 pour s'établir à 27,7 millions de visionnages, comparativement à 28,8 millions en 2012-2013. À l'exception notable de la télévision – qui a représenté une augmentation de 17 % des auditoires en 2013-2014, plusieurs canaux d'accès ont connu une diminution par rapport à l'an dernier.

Toujours en 2013-2014, les visionnages en ligne au Canada ont également accusé un repli de 7 %, les résultats combinés (visionnages sur ONF.ca/NFB.ca, visionnages de productions interactives et visionnages sur les sites partenaires) totalisant 4,4 millions par rapport à 4,7 millions en 2012-2013. Ce repli s'est produit dans les visionnages de films sur ONF.ca/NFB.ca (diminution de 15 % en 2013-2014) et les visionnages de productions interactives (de 17 %). Ces reculs ont toutefois été quelque peu compensés par l'augmentation des visionnages sur les sites partenaires (en hausse de 38 % en 2013-2014).

Les visionnages à la télévision canadienne se sont considérablement accrus en 2013-2014 pour passer à 11,3 millions, représentant une hausse globale de 17 % (ou 1,6 million de visionnages), pour une deuxième année consécutive après cinq ans de baisse.

Les visionnages par les auditoires éducatif et institutionnel ont totalisé 11,5 millions en 2013-2014, ce qui représente une diminution de 9 % par rapport à 2012-2013. Il s'agit encore du principal auditoire de l'ONF (suivi de près par le marché de la télévision), puisqu'en 2013-2014, il a compté pour 42 % de l'auditoire total estimatif de l'ONF au Canada. Même si le plus gros

[11] Comprend les visionnages en salle. Il importe de noter que les résultats exceptionnels de 2012-2013 s'expliquent principalement par les projections publiques tenues à l'occasion des célébrations de la fête du Canada et du 100e anniversaire du Stampede de Calgary, lequel événement a donné lieu à lui seul à environ 1,4 visionnages.

des auditoires continue d'être attribuable au nombre de DVD vendus et en circulation active sur les marchés éducatif et institutionnel, les ventes de DVD sur le marché non commercial ont poursuivi leur baisse (30 % en 2013-2014), et la migration vers le visionnage en ligne augmente encore : le nombre total de visionnages par les abonnés à CAMPUS a atteint 248 000 en 2013-2014, soit une hausse de 15 % par rapport à l'an dernier (215 000).

Auditoires étrangers

En 2013-2014, les visionnages par les auditoires étrangers se sont accrus pour atteindre 7,7 millions (2,4 millions sur ONF.ca/NFB.ca, 4,7 millions sur les sites des partenaires en ligne et 538 000 visionnages de productions interactives), ce qui représente une augmentation de 35 % par rapport au total de 5,7 millions l'an dernier. Cet essor découle principalement de la forte croissance des visionnages sur les sites partenaires.

Revenus

Revenus audiovisuels[12] par marché	2013-2014 (en dollars)	2012-2013 (en dollars)	% d'écart
Télévision et préventes	763 045	830 574	(8)
Institutionnel et éducatif	1 441 845	1 636 340	(12)
Consommateur	494 489	538 944	(8)
Salles	50 157	364 933	(86)
Plans d'archives	524 375	551 769	(5)
Total	**3 273 911**	**3 922 560**	**(17)**

En 2013-2014, les revenus audiovisuels ont continué à diminuer par rapport aux exercices précédents, soit de 17 % par rapport à 2012-2013. Le marché des salles et les marchés institutionnel et éducatif ont été les plus touchés, ayant reculé respectivement de 86 % et de 12 %. L'analyse plus détaillée des revenus se trouve à la page 47.

L'ONF rejoint la clientèle de diverses façons, par les transactions commerciales, les visionnages gratuits en ligne, les infolettres et les blogues. Pour être en mesure d'observer et de comprendre les changements dans les comportements de l'utilisateur et ses interactions avec lui, l'ONF doit canaliser le maximum d'interactions en ligne possible au moyen d'une ouverture de session simplifiée conçue pour faciliter le suivi de ces interactions. Il se dotera ainsi d'une méthodologie plus cohérente pour analyser les préférences de l'utilisateur. La leçon retenue, c'est que mieux l'ONF comprend le comportement et les préférences de l'utilisateur en ligne, mieux il gère ses multiples interactions avec lui, et plus il a de possibilités d'accroître les revenus au moyen d'un marketing ciblé et personnalisé.

[12] Ne comprend pas les revenus tirés des partenariats, ceux générés par les centres de l'ONF et diverses sources.

Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation

Description

Les productions de l'ONF, quelle que soit la source originale de l'œuvre, sont préservées et numérisées afin d'en assurer la pérennité et l'accessibilité aux Canadiens et Canadiennes, maintenant et à l'avenir. Cette activité réduit les risques de désuétude technologique, minimise les effets du temps sur les supports qui contiennent les œuvres, et garantit la sécurité physique de celles-ci. La préservation et la conservation nécessitent des outils et systèmes adéquats d'identification, de gestion, d'archivage et de restauration. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, il est impératif de mettre du contenu canadien innovateur et de haute qualité à la disposition de la population du pays. Sans activité concertée en matière de conservation et de préservation, ce patrimoine culturel est en péril.

Résultats du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
La collection de l'ONF est préservée et conservée.	Nombre d'œuvres de la collection conservées sur deux supports physiques différents et localisées à deux endroits géographiques différents.	2 600 titres par année	*2 458 titres en 2013–2014*
La collection de l'ONF est rendue accessible en format numérique pour les générations futures.	Pourcentage des œuvres de la collection assorties d'un pivot.	1 500 titres par année	*1 299 titres en 2013–2014*

Analyse du rendement et leçons retenues

Les plans de numérisation et de conservation des productions de l'ONF ont un objectif commun, soit assurer la préservation de la collection pour les générations à venir dans un format qui facilitera leur accès à long terme.

Le plan de conservation vise à garantir la sécurité physique du contenu des salles de conservation de l'ONF en relocalisant les composants de ses actifs audiovisuels dans un deuxième emplacement géographique. En 2013- 2014, 2 458 titres ont été transférés dans un endroit distinct, ce qui porte à 10 034 le nombre de titres relocalisés. Jusqu'à maintenant, 77 % de la collection a été mise en sécurité, et l'ONF devrait avoir sécurisé l'intégralité de sa collection d'ici 2015–2016.

Le plan de numérisation de l'ONF est aussi dans la bonne voie. Au cours de l'année financière 2013- 2014, 244 masters numériques sources (image) et 381 masters numériques sources (son) ont été créés, de même que 227 masters numériques (image) et 577 masters numériques (son). L'ONF a aussi produit 1299 pivots, pour atteindre un total de 4294 à la fin de l'année financière.

Un pivot est un fichier numérique compressé créé à partir d'un master numérique et utilisé pour produire la grande majorité des livrables. Au 31 mars 2014, 55 % des œuvres de la collection de l'ONF étaient assorties d'un pivot, et 40 % des œuvres de la collection avaient un master numérique source.

Le système de gestion des contenus multimédias (MAM) est un outil essentiel du passage au numérique de l'ONF. Il permettra à l'organisation de gérer plus efficacement ses actifs numériques et d'accélérer la mise à disposition de ses œuvres aux Canadiens et aux Canadiennes. Travaillant avec North Plains Systems dans le cadre d'un partenariat technologique, les équipes des Technologies de l'information, de la Recherche et du développement et de la Gestion de l'information ont défini l'infrastructure nécessaire à l'exploitation optimale du MAM. Une fois que les serveurs requis ont été en fonction, le produit Telescope™ de North Plains a été installé et mis à l'essai. L'un des principaux défi de ce processus consistait à convertir l'information provenant des divers systèmes de données de l'organisation à un format compatible avec le modèle de gestion de composants distincts que l'ONF a mis au point pour la gestion de ses actifs numériques.

L'ONF a aussi avancé dans la mise en place de processus de transition entre les anciens systèmes d'information et le nouveau mode d'exploitation numérique. Compte tenu du travail effectué en 2013-2014, il sera désormais possible de relier tous les composants visuels (photos, éléments graphiques, matériel de tournage, etc.) à une œuvre dès le début et de les transférer aisément à des intervenants de l'extérieur aux fins de communication et de marketing. Cette nouvelle pratique permettra à l'ONF d'avoir un aperçu de tout le matériel en lien avec un film avant que celui-ci soit terminé.

Les exigences mémoire accrues résultant de la mise en application du plan de numérisation de l'ONF ont posé un défi pour l'infrastructure de stockage de l'organisation. Pour remédier à la situation, l'ONF a fait l'acquisition d'un logiciel d'archivage de fichiers de grande puissance dont la capacité de stockage est quatre fois plus grande que celle de la bibliothèque actuelle. Cette acquisition améliore la capacité de stockage de l'ONF, de même que l'efficacité de ses modes de fonctionnement. La nouvelle bandothèque sera affectée aux projets en production numérique, depuis leur conception jusqu'au produit livrable, et à l'archivage des données résultant de la mise en œuvre du plan de numérisation, tandis que l'ancienne bandothèque sera réservées aux fichiers de sauvegarde.

Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction

Description

Ce sous-programme fait en sorte que les œuvres audiovisuelles canadiennes sont mises à la disposition des consommateurs canadiens et internationaux. Elle permet aux consommateurs individuels d'accéder aux produits culturels canadiens et d'interagir avec des contenus qui reflètent notre histoire et nos valeurs et font connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et

aux habitants des autres nations. Ce faisant, les consommateurs nationaux et internationaux partagent une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.

Les mécanismes utilisés pour cette mise à disposition comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de marchés et de canaux diversifiés, p. ex. : salles, télévision, Internet /plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Résultats du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les consommateurs visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition des consommateurs (c.-à-d. télé, salles, DVD, lecture en continu, etc.).	21 million d'ici le 31 mars 2015	*23 665 894*
Les consommateurs interagissent avec l'ONF.	Nombre de consommateurs par niveau d'interaction (utilisateurs enregistrés ou clients).	92 000 enregistrés; 9 000 clients d'ici le 31 mars 2015	*220 083 enregistrés* *12 724 clients*
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition des consommateurs.	$2 000 000 d'ici le 31 mars 2014	*1 922 987 $*

Analyse du rendement et leçons retenues

Visionnages par les consommateurs

En 2013-2014, le nombre total de visionnages par les consommateurs de contenu de l'ONF sur divers canaux d'accès a dépassé 23,6 millions – une augmentation de 8 % par rapport à 21,8 millions l'an dernier, principalement attribuable à la hausse de 17 % des visionnages à la télévision. Globalement, les autres canaux d'accès de base ont connu une diminution. Le nombre de consommateurs enregistrés, 220 083, et de clients, 12 724, a dépassé les objectifs annuels établis en 2012. De nouveaux objectifs seront fixés pour l'exercice 2015-2016.

ONF.ca/NFB.ca

L'ONF a accru le contenu qu'il offre gratuitement en ligne et sur les appareils mobiles au moyen de ses applications. En 2013-2014, il a ajouté sur ONF.ca/NFB.ca 256 productions en anglais (films, clips et bandes-annonces) et 226, en français. Ainsi, au 31 mars 2014, près de 2 900 titres étaient mis à disposition pour diffusion en continu.

L'ONF a amélioré ses stratégies de référencement naturel et de repérage du contenu tant dans ONF.ca/NFB.ca que dans le reste d'Internet. Il a aussi apporté des améliorations en visant l'affichage de liens externes et l'intégration de vidéos, et à ses pratiques d'indexage des publications afin d'éviter la duplication de contenu dans différents sites Web.

Au 31 mars 2014, le plan consistant à ajouter des chaînes dans de nouvelles langues au principal portail de l'ONF (qui existe actuellement dans les deux langues officielles, ONF.ca et NFB.ca) ne s'était pas concrétisé, en raison d'un changement de stratégie concernant la plateforme documentaire internationale de diffusion en continu annoncée plus tôt dans l'année (voir détails plus bas). L'ONF offrira toutefois plus de contenu en langue étrangère à la suite du récent sous-titrage de 39 de ses films en chinois par l'entremise de son partenaire Phoenix New Media, en Chine.

Modèle de gestion – diffusion en continu et vidéo sur demande (VSD)

Les auditoires ont maintenant plus de possibilités d'accès au contenu de l'ONF : diffusion en continu gratuite, achat par téléchargement, VSD et VSD « premium » (nouveautés offertes en VSD juste avant ou pendant la première fenêtre de diffusion d'un film). Les applications pour appareils mobiles ont été mises à jour pour assurer leur disponibilité sur les ordiphones et les tablettes. Sur le marché de la télévision connectée, Panasonic, Roku et LG ont ajouté les applications de l'ONF; par ailleurs, l'ONF a poursuivi son partenariat avec Samsung dans le même domaine.

Mesures d'auditoire et analyse des données

L'ONF a mis en place de meilleurs systèmes de gestion des données pour améliorer ses mesures d'auditoire et l'analyse du comportement et des transactions des utilisateurs dans ONF.ca/NFB.ca. En janvier 2014, il a terminé la mise en œuvre de Google Analytics (GA) dans son site, donnant ainsi à ses créateurs de contenu, de même qu'aux services de marketing et de distribution, un meilleur accès aux fonctionnalités des systèmes et à des rapports mieux personnalisés. Les normes d'étiquetage de GA ont aussi été formalisées et mises en œuvre pour les productions interactives, ce qui permet d'obtenir des statistiques comparatives sur les expériences interactives et le visionnage en continu de films linéaires. De plus, il est maintenant possible de mesurer le visionnage sur les nouvelles plateformes (notamment sur les applications pour les téléviseurs Smart TV, l'appli McLaren et CAMPUS) et d'en faire rapport.

Destination multiplateforme internationale

En avril 2013, l'ONF a annoncé une initiative visant le lancement d'une nouvelle destination multiplateforme internationale pour regarder les meilleurs documentaires d'auteur au monde et mobiliser les auditoires. Conçu comme partie intégrante d'ONF.ca/NFB.ca, le service, offert par VSD et, ultérieurement, par abonnement, englobera de nouvelles formes de documentaire interactif et son contenu sera éditorialisé, bilingue et produit à titre indépendant. Le plan d'affaires étant bien avancé, l'ONF a testé le projet sur le marché et cherché activement des partenaires à l'échelle mondiale. Des rencontres ont eu lieu avec plus de 25 entreprises – médias d'information et sociétés technologiques – et nombre d'entre elles se sont montrées intéressées à explorer des possibilités de collaboration. Une équipe composée de diverses unités de l'ONF et des partenaires travaillent à ce projet qui devrait voir le jour au début de 2015.

Lancement d'applications pour iPad

En 2013-2014, l'ONF a lancé deux applications pour l'iPad. Toutes deux ont remporté l'Editor's Choice d'Apple Canada et sont populaires auprès des utilisateurs et de la critique.

Lancée en juin 2013, l'application gratuite *L'atelier McLaren* comprend 51 films d'animation et 11 courts métrages documentaires de Norman McLaren, et montre à l'utilisateur comment faire ses propres animations en utilisant les techniques du légendaire animateur. La première semaine de son lancement, l'application s'est retrouvée dans les cinq applis les plus téléchargées d'Apple Canada dans la catégorie Photo et vidéo. *L'atelier McLaren* est l'appli de l'ONF la plus téléchargée à ce jour (plus de 153 000 téléchargements au 31 mars 2014).

Toujours en 2013-2014, l'ONF a lancé *ONF StopMo Studio*, une application revue et corrigée pour faire des animations image par image sur iPad. D'abord lancée sous le nom de *PixStop* en décembre 2011, l'application comprend maintenant plus de 20 fonctionnalités. Tant le novice que l'utilisateur expérimenté sont plongés dans une expérience de création unique pour réaliser leurs films en appliquant la technique d'animation image par image. *ONF StopMo Studio* offre de nouvelles fonctionnalités de montage audio et vidéo et la possibilité de faire voir ses réalisations à tout son entourage.

Partenariats stratégiques : raconter des histoires canadiennes à la population canadienne et au monde

Rendez-vous de la Francophonie

Pour la huitième année consécutive, en mars 2014, l'ONF a pris part aux Rendez-vous de la Francophonie (RVF) à titre de partenaire de distribution, offrant à l'assistance d'un peu partout au pays, dans les locaux des RVF, certaines de ses nouvelles productions en français. Cette année, la participation a battu des records : 300 projections, dont 273 au sein de communautés de langue officielle en situation minoritaire. Tenues dans 98 villes de l'ensemble des provinces et territoires du Canada, les projections ont attiré au total plus de 14 000 personnes.

L'ONF s'est aussi associé à VIA Rail et à CBC/Radio-Canada pour lancer un programme de divertissement en juillet 2013; les passagers de VIA Rail accèdent maintenant à des œuvres de l'ONF au moyen d'une nouvelle plateforme numérique interactive. D'autres partenariats stratégiques se poursuivent pour accroître la visibilité du contenu de l'ONF, notamment avec Air Canada (pour son programme de divertissement à bord) et avec Aéroport de Montréal (pour une exposition de photos, de films et d'animations à l'aéroport Montréal-Trudeau).

Collection de films de l'ONF issus des cultures inuit et arctique

À titre de plus grand producteur de cinéma inuit au monde, l'ONF travaille depuis longtemps avec les artistes et les communautés du Grand Nord pour créer un riche patrimoine audiovisuel sur l'histoire, la culture et les récits de l'Arctique. Sa collection de films issus des cultures inuite et arctique a été présentée à divers événements qui se sont déroulés au pays et ailleurs en 2013-2014.

Le festival Extraordinaire Arctique a été organisé par le Musée canadien de la nature en partenariat avec l'ONF et Students on Ice, et en collaboration avec Scène du Nord du Centre national des Arts – le plus grand rassemblement d'artistes nordiques à se tenir ailleurs que dans le Nord – l'Ottawa Inuit Children's Centre et le programme Nunavut Sivuniksavut. En tout, 24 nouveaux documentaires et des classiques de l'ONF, y compris une projection spéciale de *Vanishing Point* (*Point de fuite*), documentaire réalisé en 2012, et des courts métrages d'animation tournés dans chacune des quatre régions inuites – Nunavut, Nunavik, Nunatsiavut et Inuvialuit – y ont été présentés. Près de 4 000 personnes ont aussi participé à une expérience interactive familiale organisée par l'équipe d'ONF Éducation sur la construction d'un iglou.

Le documentaire *Les ailes de Johnny May* a connu sa première au festival autochtone Terres en vue au mois d'août 2013, à Montréal. Ce film est le douzième film de l'ONF en provenance du Nunavik (nord du Québec) qui s'ajoute à la collection *Unikkausivut : transmettre nos histoires*.

Cette collection connaît également un rayonnement international important grâce aux relations soutenues avec le ministère des Affaires extérieures et du Commerce international (MAECI). Le film *Point de fuite* a fait l'objet d'une tournée en Scandinavie en compagnie des cinéastes, menée par l'Ambassade canadienne à Stockholm. Le film a été présenté à Reykjavik, Helsinki, Oslo et Stockholm. De plus, l'Ambassade du Canada en Chine a demandé plusieurs films du coffret *Unikkausivut* déjà sous-titrés par Phoenix New Media. Les films ont été projetés devant plus de 30 000 personnes dans le cadre d'activités tenues dans des universités de Beijing et des environs.

Le partenariat entre l'ONF et la Commission de vérité et réconciliation s'est poursuivi en 2013–2014 et a donné lieu à trois projections gratuites grand public en avril 2013 de *We Were Children* (*Nous n'étions que des enfants...*). Au nom de l'ONF et des coproducteurs, Eagle Vision et EOne, le commissaire à la cinématographie et président de l'ONF a offert le film en guise de « geste de réconciliation » pendant la cérémonie d'Appel au rassemblement qui s'est déroulée à Montréal. *We Were Children* (*Nous n'étions que des enfants...*) s'inscrit dans l'engagement de l'ONF à l'égard du cinéma autochtone et de l'utilisation des médias numériques pour transmettre

et préserver des histoires essentielles et faire en sorte que les communautés et les personnes sous-représentées se fassent entendre.

L'ONF dans le Quartier des spectacles

Au chapitre des activités de rayonnement, l'ONF est un partenaire de choix auquel on fait appel au centre-ville de Montréal et dans le Quartier des spectacles. Il a conclu une entente avec la Place des Arts pour aménager une installation publique gratuite à l'Espace culturel Georges-Émile-Lapalme, un vaste espace public intérieur situé entre le métro Place-des-Arts et le Complexe Desjardins qui est fréquenté par des millions de personnes chaque année. En collaboration avec Moment Factory, l'ONF a aussi lancé l'installation *Mégaphone* dans le Quartier des spectacles, et a ainsi invité les citoyens à s'exprimer sur des sujets qui les préoccupent. En plus d'amplifier la voix des personnes qui parlaient, *Mégaphone* transformait leurs mots en images projetées sur la façade du pavillon Président-Kennedy de l'UQAM. Un site Web a aussi été créé pour soutenir l'installation et promouvoir une programmation variée. Une troisième œuvre, *McLaren mur à mur*, a été commandée pour souligner le génie du célèbre cinéaste canadien Norman McLaren (voir détails page 41). Enfin, à la Nuit blanche à Montréal, l'ONF a collaboré avec les Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM).

Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction

Description

Ce sous-programme permet aux organismes éducatifs et institutionnels canadiens et internationaux de mettre des produits culturels canadiens et leurs valeurs inhérentes à la disposition de leurs membres et des élèves. Elle soutient la distribution des œuvres audiovisuelles et contenus canadiens, lesquels comprennent des ateliers éducatifs et des activités pédagogiques, aux auditoires des marchés institutionnel et éducatif, au Canada et à l'étranger, ainsi que l'utilisation de ces œuvres et contenus par ces auditoires. Les productions et les contenus de l'ONF doivent être largement accessibles, mis en valeur et distribués sur les marchés éducatifs canadien et international (personnel enseignant, écoles, commissions scolaires, collèges, universités et ministères de l'éducation) ainsi que sur les marchés institutionnels (bibliothèques publiques, services sociaux et de soins de santé, associations communautaires et culturelles, entreprises) afin de favoriser l'interaction de la jeunesse canadienne et d'enrichir les activités éducatives qui lui sont destinées. Les mécanismes utilisés pour la mise à disposition des productions et contenus comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de canaux diversifiés, p. ex. : Internet, plateformes mobiles et biens durables, au Canada et à l'étranger.

Résultats du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation (c.-à-d. vente de DVD aux écoles, ateliers pour enseignants, abonnements en ligne, etc.)	14 millions d'ici le 31 mars 2015	*11 493 297*
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel interagissent avec l'ONF.	Nombre d'utilisateurs du milieu de l'éducation par niveau d'engagement (utilisateurs enregistrés ou clients).	8000 enregistrés et 3000 clients d'ici le 31 mars 2015	*4 970 enregistrés* *5 124 clients*
	Quantité de matériel pédagogique téléchargé	Niveau de référence établi à 40 000	*86 555*
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation.	2 700 000 $ d'ici le 31 mars 2014	*1 606 179 $*

Analyse du rendement et leçons retenues

L'offre éducative de l'ONF propose du contenu canadien dans les deux langues officielles, lequel contenu est évalué par des membres du personnel enseignant canadien et assorti aux programmes d'études en vigueur dans les écoles canadiennes.

En 2013–2014, l'ONF a collaboré avec des enseignants et enseignantes ainsi que des spécialistes des différentes matières pour développer et améliorer son centre éducatif en ligne, CAMPUS. À la suite des commentaires reçus du personnel enseignant et des partenaires, l'ONF a élaboré de nouvelles ressources sur des sujets comme : l'éducation sur le milieu polaire; les premiers ministres du Canada (en partenariat avec Bibliothèque et Archives Canada); les aspects interdisciplinaires de l'exploration spatiale; les pensionnats indiens du Canada; l'urbanisation; des thèmes liés aux LGBTQ mettant l'accent sur les problèmes des transgenres, l'image corporelle; l'éducation sur l'Holocauste. Les utilisateurs de CAMPUS accèdent à ces ressources en ligne.

Une évaluation de haut niveau sur l'état actuel du milieu institutionnel et éducatif nord-américain a été réalisée. L'ONF a commencé à nouer des liens clés en participant à d'importants événements éducatifs aux États-Unis, comme ceux organisés par ISTE, SXSWedu et le National Media Market. La mise en ligne de CAMPUS US est prévue pour septembre 2014, et d'autres activités de développement de ce marché devraient se tenir à l'automne 2014. L'équipe des services éducatifs de l'ONF créera une stratégie pour les marchés institutionnel et éducatif aux États-Unis, laquelle englobera les ventes traditionnelles, la diffusion en ligne et les abonnements à CAMPUS.

Donnant suite aux commentaires du personnel enseignant, l'ONF a développé dans CAMPUS deux fonctionnalités clés. La première répond au besoin des élèves d'accéder au site et permet ainsi aux enseignants et enseignantes de faire voir à leurs élèves, à domicile, des sélections, des chapitres et des films entiers. L'ONF a aussi travaillé à l'élaboration de trousses d'apprentissage – regroupement de films, d'extraits, de ressources et de liens externes interrogeables par thème, par matière et par niveau scolaire. Les travaux sur la version mobile de CAMPUS ont été suspendus, car les écoles canadiennes ne disposent pas de matériel assez uniforme et que la plupart utilisent encore en classe des ordinateurs portables ou de bureau.

En 2013-2014, l'ONF a acheté 389 films qui serviront de complément à sa collection éducative sur CAMPUS. Ces titres, qui seront ajoutés à CAMPUS tout au cours de l'été 2014 et rendus accessibles au personnel enseignant à l'automne 2014, feront l'objet d'une promotion dans l'édition annuelle du catalogue Éducation ONF et dans les nouvelles trousses d'apprentissage offertes sur le site.

L'ONF a noué des partenariats avec plusieurs grands distributeurs et maisons de production, dont Mongrel Media, ZED, DHX Media, DLI, Les Films du 3 mars, Bunbury Films, NHK, Apartment 11, Icarus Films, EyeSteelFilm et d'autres encore. Il a aussi consolidé ses partenariats

avec MindFuel (auparavant connu sous le nom de Science Alberta Foundation) et Bibliothèque et Archives Canada, en vue de partager films et ressources dans CAMPUS.

Classes virtuelles

L'ONF a offert les quatre classes virtuelles que voici en 2013–2014.

- Issue d'un partenariat entre l'ONF, l'Agence spatiale canadienne (ASC) et le Musée canadien de la nature (MCN) à Ottawa, la classe virtuelle de l'astronaute à la retraite Chris Hadfield (commandant de la Station spatiale), offerte dans le cadre d'École spatiale ONF, s'est déroulée le 16 octobre. Elle a consisté en deux événements d'une heure (l'un en français, l'autre en anglais). Quelque 26 000 élèves d'un peu partout au Canada y ont participé.
- Le 17 octobre, en partenariat avec la Fondation autochtone de l'espoir et le Conseil du district scolaire d'Ottawa-Carleton, l'ONF a organisé une séance de perfectionnement professionnel destinée au personnel qui enseigne des sujets liés au film de l'ONF *We Were Children* (*Nous n'étions que des enfants...*). Au cours de la séance, 53 participants et participantes en ligne et 25 membres du personnel enseignant ont appris des techniques qui les aident à enseigner la matière liée aux pensionnats indiens à l'aide d'expériences vécues dans la résilience.
- La classe virtuelle « Tapped Out: Our Right to Safe and Healthy Water » a été présentée en collaboration avec la Fondation David Suzuki les 19 et 20 novembre à Vancouver, en Colombie-Britannique. Y ont pris la parole, David Suzuki, la météorologiste de la CBC Johanna Wagstaffe et le médaillé olympique Adam van Koeverden. Au total, en 2 jours, 80 écoles du pays y ont assisté (soit environ 8000 élèves).
- La classe virtuelle à l'occasion de la Journée internationale dédiée à la mémoire des victimes de l'Holocauste a été produite par l'ONF, en collaboration avec Citoyenneté et Immigration Canada. Conçue pour le perfectionnement professionnel des enseignants et enseignantes des niveaux secondaire et collégial, cette classe virtuelle leur a donné une occasion exceptionnelle de découvrir de nouvelles méthodes d'enseignement de l'Holocauste et des nombreuses leçons qui en découlent sur les droits de la personne, le racisme, les valeurs démocratiques, la citoyenneté et le génocide. L'événement s'est déroulé en anglais le 27 janvier, Journée internationale dédiée à la mémoire des victimes de l'Holocauste, et en français, le 3 février.

Ateliers éducatifs

Les ateliers éducatifs de l'ONF ont attiré près de 24 000 personnes : 21 000 élèves et 3 000 membres du personnel enseignant. Au cours du dernier exercice, 760 ateliers ont été donnés dans les locaux de l'ONF à Toronto et Montréal ainsi qu'à l'extérieur à l'occasion de festivals du film et de conférences organisées dans le milieu de l'éducation un peu partout au Canada.

Les spécialistes en éducation de l'ONF ont offert des ateliers pratiques aux élèves, des séances de perfectionnement professionnel au personnel enseignant et divers webinaires en Colombie-Britannique, en Saskatchewan, au Manitoba, en Ontario, au Québec et à l'Île-du-Prince-Édouard. Ils ont aussi participé à des conférences aux quatre coins du pays et proposé des ateliers à plusieurs communautés de langue officielle en situation minoritaire, en collaboration avec la Direction des ressources éducatives françaises (DREF) du Manitoba, l'Association canadienne d'éducation de langue française (ACELF) à Regina et le Collège de l'Ouest de l'Île, à Montréal.

En ce qui a trait à *Unikkausivut : Transmettre nos histoires*, l'ONF a développé un outil pédagogique important concernant la région polaire canadienne : le Guide d'éducation polaire, qui traite de l'enseignement sur la région et le peuple de l'Arctique canadien et qui accompagne le coffret DVD de l'ONF, *Unikkausivut*. D'autres plans visant l'exploitation de la collection (accompagnée de ressources éducatives connexes) dans un réseau éducatif ont été reportés en raison des changements de gouvernance au Nunavik et au Nunatsiavut, et des nouvelles priorités de la Commission canadienne des affaires polaires.

Marché institutionnel canadien

L'ONF continue à servir le marché institutionnel –bibliothèques publiques, ministères, organismes policiers et établissements correctionnels, organisations de services de santé et de services sociaux, musées et institutions vouées aux arts, entreprises privées et organismes communautaires sans but lucratif – en facilitant l'accès à ses productions pour ces groupes dans les deux langues officielles. En 2013-2014, il a ainsi distribué 2 146 DVD à plus de 400 établissements, dont 1 417 dans plus d'une centaine de bibliothèques publiques. En outre, le Cinéclub ONF a organisé, dans les deux langues officielles, 2 340 projections dans 211 bibliothèques publiques du pays, touchant de la sorte 27 000 Canadiens et Canadiennes. Enfin, de septembre 2013 à mars 2014, 60 productions ont été présentées au cours de 59 projections à Montréal dans le cadre de L'ONF À LA MAISON, touchant ainsi 2500 personnes.

Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Description

Par ce sous-programme, l'ONF permet à l'industrie audiovisuelle canadienne et internationale de participer à la promotion de la culture et du patrimoine canadiens par l'entremise de partenariats avec les secteurs public et privé. Ces partenariats facilitent les échanges de connaissances et de talents, favorisent une étroite collaboration avec l'industrie dans les principaux festivals et marchés (p. ex. : MIP, Banff, Hot Docs, Sunny Side of the Doc) grâce à des tables rondes, des séances de questions et réponses, des concours, des remises de prix, etc. Les activités englobent également la mise en marché et la promotion des œuvres audiovisuelles et des compilations thématiques de l'ONF dans les grands festivals et marchés nationaux et internationaux, de même que dans les événements d'importance (tels que les nominations aux Oscars, Expositions universelles, le 400e anniversaire de la ville de Québec), ainsi que la mise en marché et la promotion des rétrospectives des œuvres de l'ONF et de ses éminents cinéastes (Norman McLaren, Pierre Perrault, Alanis Obomsawin).

Résultats du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
L'expertise de l'ONF est reconnue dans un large éventail de grands festivals et événements de l'industrie au Canada et à l'étranger.	Nombre d'événements (panels, présentations, tables rondes) auxquels participe l'ONF à titre d'expert.	35 d'ici le 31 mars 2014	*36*
Participants présents	Nombre de participants à ces événements.	Niveau de référence établi à 35 000	*35 000*
Films de l'ONF sélectionnés dans les festivals	Nombre de films de l'ONF sélectionnés dans les festivals canadiens et internationaux.	300 d'ici le 31 mars 2014	*516*

Analyse du rendement et leçons retenues

Les productions de l'ONF ont été présentées dans plus de 150 festivals aux quatre coins du monde, l'organisme ayant proposé de nouveaux films à des festivals prestigieux comme ceux de Sundance, Berlin, Cannes, Annecy, Venise, Toronto et Amsterdam ainsi que le Festival Hot Docs.

En 2013–2014, l'ONF s'est aussi associé à plusieurs festivals canadiens, dont : Hot Docs; festival Future. Innovation. Technology. Creativity. (FITC); Festival international d'animation

d'Ottawa (FIAO); imagineNATIVE; Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM); Festival international du cinéma francophone en Acadie (FICFA); Regard sur le court métrage au Saguenay; Rendez-vous du cinéma québécois (RVCQ).

De plus, l'ONF a établi un premier partenariat avec C2MTL, conférence d'affaires de trois jours tenue à Montréal qui rassemble des conférenciers de renommée internationale et offre des expositions interactives et des ateliers collaboratifs dans le but de favoriser l'esprit de collaboration et l'émergence de nouvelles solutions d'affaires. À titre de partenaire chevronné, l'ONF a conclu un contrat de licence pour présenter l'installation *Codebarre*.

Plusieurs activités ont eu lieu pour souligner le 100e anniversaire de naissance de Norman McLaren, célèbre cinéaste et fondateur du studio d'animation de l'ONF. Canadien d'origine écossaise né à Stirling en 1914, McLaren est réputé comme l'un des pionniers de l'animation et célébré de par le monde pour le travail innovateur qu'il a accompli à l'ONF de 1941 à 1983. Son court métrage phare, *Voisins/Neighbours*, est inscrit au Registre de la Mémoire du monde de l'UNESCO.

D'abord, en juin 2013, l'ONF a lancé son application gratuite pour iPad, *L'atelier McLaren*, au prestigieux Festival du film d'animation d'Annecy. L'application comprend de nombreux films du grand maître et donne aux utilisateurs la possibilité d'expérimenter ses techniques d'animation innovatrices (consulter la page 33 pour avoir de plus amples informations). Aussi en 2013-2014, l'ONF s'est associé au Festival pour organiser et préparer trois programmes comportant une sélection de certains des meilleurs films de McLaren accompagnés de films réalisés par des artistes contemporains (les « héritiers artistiques » de McLaren). Les programmes ont été présentés en juin 2014.

En collaboration avec l'ONF, Ex Machina et Robert Lepage ont transformé l'installation originale *Le Moulin à images* (la plus grande projection architecturale, tenue au Vieux-Port de Québec) pour rendre hommage à l'œuvre de McLaren en explorant sa carrière et sa démarche de création artistique. Environ 150 000 personnes ont vu ce remaniement final du *Moulin à images*, initialement créé à l'occasion des célébrations du 400e anniversaire de Québec, en 2008.

Parmi les autres commémorations du centenaire de McLaren, mentionnons un partenariat avec le Quartier des spectacles de Montréal pour présenter *McLaren mur à mur* : sept projections vidéo sur sept façades différentes au cœur de la ville, du 11 avril au 1er juin 2014.

Enfin, autour des célébrations entourant le 75e anniversaire de l'ONF, le Musée de la civilisation de Québec a consacré une importante exposition à l'animation de l'ONF. Intitulée *Image X image. Le cinéma d'animation à l'ONF*, l'expo, qui se déroule du 4 juin 2014 au 23 août 2015, met en lumière le rôle de l'ONF en tant que force créatrice et chef de file dans le domaine de l'animation. L'ONF a noué un partenariat avec le Musée pour créer cette vitrine et pour aider à façonner l'expérience muséale; il participe encore activement à la mise en œuvre du projet, lequel est financé par les deux organismes.

Services internes

Description

Les services internes sont des groupes d'activités et de ressources connexes qui sont gérés de façon à répondre aux besoins des programmes et des autres obligations générales d'une organisation. Ces groupes sont les suivants : services de gestion et de surveillance, services des communications, services juridiques, services de gestion des ressources humaines, services de gestion des finances, services de gestion de l'information, services des technologies de l'information, services de gestion des biens, services de gestion du matériel, services de gestion des acquisitions et services de gestion des voyages et autres services administratifs. Les services internes comprennent uniquement les activités et les ressources destinées à l'ensemble d'une organisation et non celles fournies à un programme particulier.

Ressources financières budgétaires (dollars)

Budget principal des dépenses 2013-2014	Dépenses prévues 2013-2014	Autorisations totales pouvant être utilisées 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2013-2014	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2013-2014
7 849 198	7 849 198	9 321 205	7 186 528	(662 670)

Ressources humaines (ETP)

Prévu 2013-2014	Réel 2013-2014	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2013-2014
52	53	1

Analyse du rendement et leçons retenues

Les services internes de l'ONF appuient l'atteinte du résultat stratégique de l'organisation ainsi que la réalisation de ses deux programmes, soit la production audiovisuelle et l'accessibilité et interaction avec l'auditoire. Voici l'état du rendement des grands chantiers des services internes pour l'année 2013-2014 :

Le déploiement du Plan stratégique 2013-2018

L'année 2013-2014 fut marquée par le lancement d'un nouveau plan stratégique quinquennal. La mise en œuvre de ce plan résulte d'une combinaison d'actions annoncées dans le RPP 2013-2014, dans les domaines de la communication interne, de la gestion du changement et de la gestion de la performance. Il était crucial pour la haute direction d'adopter une approche consultative dans ce dossier.

Dès décembre 2013, le commissaire par intérim annonçait une série de rencontres de travail avec les gestionnaires, les superviseurs et chacun des employés en vue d'assurer une compréhension

commune et l'appropriation du plan d'action. À titre d'exemple, une rencontre de tous les gestionnaires s'est tenue à la mi-mars. Cela leur a permis d'être tenus informés, d'avoir une discussion constructive et, par la suite, d'inviter leurs équipes à trouver la meilleure façon d'assurer un suivi régulier de l'ensemble des projets liés au plan stratégique. Les résultats ont été très favorables, ont même démontré la valeur ajoutée à organiser ce type d'exercice annuellement.

Gestion du changement

Les faits saillants de la gestion du changement sont en partie énoncés ci-dessus. L'ONF a réalisé des éléments de son plan de communication interne en renforçant le partage de l'information de façon générale, et particulièrement l'information portant sur le plan d'action institutionnel pour l'année en cours. Un autre résultat à noter en 2013-2014 : le lancement du programme de développement du leadership pour les gestionnaires. À ce jour, plusieurs modules de formation ont été offerts, parmi lesquels l'Atelier « Communication mobilisatrice », l'Atelier « Performance optimale », axé sur le rôle de la rétroaction continue dans la gestion du rendement, et l'Atelier « Objectifs SMART » portant sur l'élaboration d'objectifs de rendement. Ces deux dernières formations ont coïncidé avec la période d'évaluation de rendement et ont permis d'épauler les participants dans leur rôle de gestionnaire.

Cadre de responsabilisation de gestion (CRG)

L'ONF n'a pas fait l'objet d'une évaluation du CRG en 2013-2014. L'évaluation se déroulera plutôt en 2014-2015; le SCT a lancé le processus en juin dernier. L'ONF compte parmi les 60 petits et grands ministères et organismes qui y participeront et son coordonnateur ministériel a pris part aux séances interministérielles offertes jusqu'à présent.

Déménagement de l'ONF et aménagements

Le projet de déménagement du quartier général a été reporté. Le projet fera l'objet d'une mise à jour et d'un nouvel échéancier en collaboration avec TPSGC. En matière d'aménagements, l'ONF a poursuivi la mise en œuvre des mesures annoncées dans le Budget fédéral 2012. Les espaces ont été réduits à la suite de la fermeture de la CinéRobothèque, à Montréal, et de la Médiathèque à Toronto. Un projet de réduction des espaces du bureau d'Halifax est en cours et sera complété à l'été 2014.

Plan de continuité des activités

Le principal risque identifié dans l'Analyse de répercussions des opérations (ARO) est la perte de la collection de films de l'ONF. Des mesures ont été mises en place pour s'assurer du maintien de la collection en cas de sinistre. Chaque film sera déposé à au moins deux endroits physiques. La majeure partie de la collection (77 %) est maintenant disponible à deux endroits. La préparation formelle du plan de continuité des activités a été reportée.

Gestion financière

Plan d'action relié à la politique sur le contrôle interne : des contrôles additionnels ont été mis en œuvre au cours de l'exercice 2013-2014, parmi lesquels la communication de la *Politique d'achat de l'ONF* à tous les employés et la vérification de tous les accès des usagers au système Oracle. L'ONF a complété l'évaluation de sa conformité aux processus opérationnels communs de gestion financière et a conclu qu'il était majoritairement conforme. Un plan d'action a également été préparé en réponse aux pistes d'améliorations identifiées au cours de cette analyse.

L'ONF a déployé les Services de voyages partagés avec succès. Le transfert du traitement de la paie à Miramichi a débuté au cours de l'année. Le transfert de la paie a été divisé en quatre groupes d'employés : les deux premiers groupes sont complétés. Les deux autres groupes seront transférés au cours de l'année 2014-2015.

Gestion de l'information

Les travaux de modification du système d'information sur les médias ont débuté en 2013-2014. À titre de rappel, l'objectif de ces travaux est d'adapter les systèmes actuels à la numérisation croissante des données ainsi qu'aux différentes activités de gestion et de traitement des médias à l'ONF. La mise en opération du nouveau système est prévue en 2014-2015.

Un bilan de la fonction d'évaluation

Cette année, l'ONF a évalué les retombées de ses programmes destinés aux cinéastes de la relève et d'une partie de ses activités de rayonnement international (sa participation aux festivals). Ces deux évaluations sont disponibles sur son site Web institutionnel. L'automne dernier, l'ONF a aussi jugé essentiel d'examiner son plan d'évaluation en fonction de ses priorités stratégiques et du travail accompli depuis le dépôt du plan en 2011. À la suite de ce bilan, l'ONF a soumis un plan révisé au SCT en mars 2014. Le plan d'évaluation révisé est mieux adapté à la réalité — et à la capacité — organisationnelle : il tient compte entre autres des répercussions d'initiatives telles que les mesures du Budget 2012 sur les ressources de l'ONF.

Section III : Renseignements supplémentaires

Faits saillants des états financiers

Office national du film
État condensé des résultats et de la situation financière nette ministérielle (audité)
Pour l'exercice se terminant le 31 mars 2014
(dollars)

	Résultats attendus 2013-2014	Résultats réels 2013-2014	Résultats réels 2012-2013	Écart (résultats réels 2013-2014 moins résultats attendus 2013-2014)	Écart (résultats réels 2013-2014 moins résultats réels 2012-2013)
Total des charges	69 005 314	66 441 436	71 323 260	(2 563 878)	(4 881 824)
Total des revenus	5 112 000	3 975 146	4 291 537	(1 136 854)	(316 391)
Coût de fonctionnement net avant le financement du gouvernement	63 893 314	62 466 290	67 031 723	(1 427 024)	(4 565 433)
Situation financière nette ministérielle	4 058 811	3 347 002	(773 813)	(711 809)	4 120 815

Charges

Dans l'ensemble, les charges de 2013-2014 ont diminué en comparaison avec les dépenses prévues et celles de l'année précédente. En effet, les participations en espèces dans les coproductions ont été inférieurs à ceux prévus alors que les économies de loyer ont été supérieurs à celles planifiées. La diminution significative entre 2012-2013 et 2013-2014 reflète une pleine année de réduction des effectifs ainsi que les économies de loyer à la suite de la fermeture des installations cinématographiques de Montréal.

Revenus

Les revenus prévus de 2013-2014 comportaient les recettes anticipées par le lancement de CAMPUS aux États-Unis et à l'international. Le projet a été reporté à 2014-2015. Également, la phase II du projet Patrimoine audiovisuel inuit avec les trois principales régions inuites du Canada a été reportée à une date ultérieure. En 2012-2013, la phase I du projet avait généré des revenus de 305 000$. Les ventes des produits numériques ne croissent pas à la vitesse anticipée afin de contrer la baisse continuelle des produits traditionnels.

Les revenus 2013-2014 comportent, pour la première fois, un partage de profit provenant du partenariat détenu par l'ONF (14 %) avec Canadian Broadcasting Corporation (CBC) relié à la convention de société en commandite de 2002 avec Documentary Channel.

Office national du film
État condensé de la situation financière (audité)
Au 31 mars 2014
(dollars)

	2013-2014	2012-2013	Écart (2013-2014 moins 2012-2013)
Total des passifs nets	9 952 151	13 404 967	(3 452 816)
Total des actifs financiers nets	6 443 795	5 459 171	984 624
Dette nette ministérielle	3 508 356	7 945 796	(4 437 440)
Total des actifs non financiers	6 855 358	7 171 983	(316 625)
Situation financière nette ministérielle	3 347 002	(773 813)	4 120 815

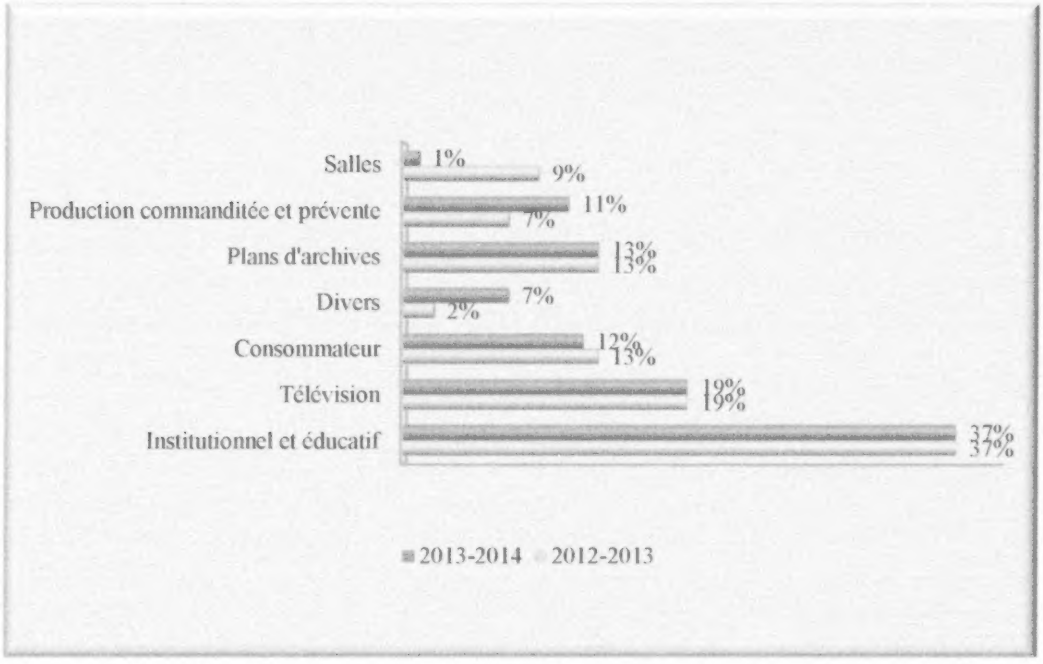
L'augmentation importante de la situation financière nette ministérielle s'explique principalement par l'encaissement des indemnités de départ à la suite de la fin de l'accumulation des fonds à compter de 2012. En effet, plus de 75 % des employés ont opté pour l'option d'encaissement immédiat plutôt qu'au départ à la retraite. Également, en 2012-2013, les passifs nets comportaient une provision pour la résiliation du bail des installations cinématographiques de Montréal, une initiative que comportait la mise en œuvre des mesures d'économie de coûts du Budget 2012.

Charges par grands secteurs

Charges	2013-2014	2012-2013	2013-2014	2012-2013
	(en dollars)		%	
Programmation - française et anglaise	34 166 695	36 421 415	51,4	51,1
Distribution	4 891 137	5 444 737	7,4	7,6
Marketing, accessibilité et rayonnement	13 137 030	14 454 588	19,8	20,3
Développement et applications numériques	5 581 411	5 933 332	8,4	8,3
Sous-total	**57 776 273**	**62 254 072**	**87,0**	**87,3**
Services internes	8 665 163	9 069 189	13,0	12,7
Total des charges	**66 441 436**	**71 323 261**	**100,0**	**100,0**

Malgré la diminution permanente de l'autorisation parlementaire, l'ONF poursuit ses efforts pour maintenir et accroître les fonds alloués aux programmes et sous-programmes et les résultats démontrent une proportion constante, d'année en année, des dépenses par grands secteurs.

Revenus totaux



Les ventes des revenus en salle 2012-2013 comportaient 300 000$ pour le film à succès *Les histoires qu'on raconte*.

Les revenus de 2013-2014 de production commanditée et prévente proviennent d'ententes de partenariats pour plusieurs projets avec, notamment, la Fondation canadienne des relations raciales et l'Université de l'Alberta au Programme anglais ainsi qu'avec le Quartier des spectacles de Montréal au Programme français.

Les revenus divers 2013-2014 comportent, pour la première fois, un partage de profit provenant du partenariat détenu par l'ONF (14 %) dans Canadian Broadcasting Corporation (CBC) relié à la convention de société en commandite de 2002 avec Documentary Channel.

Le marché consommateur est en pleine transition vers les formats numériques, notamment avec la mise en ligne de plusieurs titres sur Netflix et YouTube alors que la diminution graduelle des ventes de DVD se poursuit.

Les ventes télévision de 2013-2014 se maintiennent au même niveau que l'année précédente et comprennent plusieurs contrats de diffusion dont un total de 193 000 $ pour *Les histoires qu'on raconte*, une licence de 80 000 $ avec NHK pour China B.C. 2000.

Les revenus institutionnels et éducatifs se maintiennent à un niveau comparable à 2012-2013. La performance soutenu de CAMPUS au Canada ainsi que des nouvelles sources de revenus telles que les classes virtuelles, par exemple celle du colonel Chris Hadfield a permis d'amoindrir l'impact de la baisse du prix des produits physiques (projet de loi C-11) sur ce marché.

L'offre de service des chalets numériques (ateliers de production interactive) a généré des revenus de 106 000 $ avec plusieurs séances offertes en cours d'année à France Télévision, ARTE France, au Réseau de télévision des peuples autochtones et à l'Université de l'Alberta.

En 2012-2013, les revenus incluaient 305 000 $ pour le projet Patrimoine audiovisuel inuit.

États financiers

États financiers de l'ONF 2013-2014.[iii]

Tableaux de renseignements supplémentaires

Les tableaux de renseignements supplémentaires énumérés dans le *Rapport ministériel sur le rendement 2013-2014* se trouvent sur le site Web de l'Office national du film[iv].

- Renseignements sur les programmes de paiements de transfert;
- Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles;
- Vérifications internes et évaluations.

Dépenses fiscales et évaluations

Il est possible de recourir au régime fiscal pour atteindre des objectifs de la politique publique en appliquant des mesures spéciales, comme de faibles taux d'impôt, des exemptions, des déductions, des reports et des crédits. Le ministère des Finances Canada publie annuellement des estimations et des projections du coût de ces mesures dans une publication intitulée *Dépenses fiscales et évaluations*[v]. Les mesures fiscales présentées dans ladite publication relèvent de la seule responsabilité du ministre des Finances.

Section IV : Coordonnées de l'organisation

Office national du film du Canada
3155, chemin de la Côte-de-Liesse
Montréal (Québec) H4N 2N4
Canada

Planification stratégique et relations gouvernementales
rapports@onf-nfb.gc.ca
514-283-3769

Annexe : Définitions

architecture d'alignement des programmes : Répertoire structuré de tous les programmes d'un ministère ou organisme qui décrit les liens hiérarchiques entre les programmes et les liens aux résultats stratégiques auxquels ils contribuent.

cadre pangouvernemental : Schéma représentant la contribution financière des organisations fédérales qui dépendent de crédits parlementaires en harmonisant leurs programmes avec un ensemble de 16 secteurs de résultat pangouvernementaux de haut niveau regroupés sous 4 secteurs de dépenses.

cible : Niveau mesurable du rendement ou du succès qu'une organisation, un programme ou une initiative prévoit atteindre dans un délai précis. Une cible peut être quantitative ou qualitative.

crédit : Autorisation donnée par le Parlement d'effectuer des paiements sur le Trésor.

dépenses budgétaires : Les dépenses budgétaires comprennent les dépenses de fonctionnement et en capital; les paiements de transfert à d'autres ordres de gouvernement, à des organisations ou à des particuliers; et les paiements à des sociétés d'État.

dépenses non budgétaires : Recettes et décaissements nets au titre de prêts, de placements et d'avances, qui modifient la composition des actifs financiers du gouvernement du Canada.

dépenses prévues : En ce qui a trait aux RPP et aux RMR, les dépenses prévues s'entendent des montants approuvés par le Conseil du Trésor au plus tard le 1er février. Elles peuvent donc comprendre des montants qui s'ajoutent aux dépenses prévues indiquées dans le budget principal des dépenses.

Un ministère est censé être au courant des autorisations qu'il a demandées et obtenues. La détermination des dépenses prévues relève du ministère, et ce dernier doit être en mesure de justifier les dépenses et les augmentations présentées dans son RPP et son RMR.

équivalent temps plein : Mesure utilisée pour déterminer dans quelle mesure un employé représente une année-personne complète dans le budget ministériel. L'équivalent temps plein est calculé en fonction du coefficient des heures de travail assignées et des heures normales de travail. Les heures normales de travail sont établies dans les conventions collectives.

indicateur de rendement : Moyen qualitatif ou quantitatif de mesurer un extrant ou un résultat en vue de déterminer le rendement d'une organisation, d'un programme, d'une politique ou d'une initiative par rapport aux résultats attendus.

plan : Exposé des choix stratégiques qui montre comment une organisation entend réaliser ses priorités et obtenir les résultats connexes. De façon générale, un plan explique la logique qui sous-tend les stratégies retenues et tend à mettre l'accent sur des mesures qui se traduisent par des résultats attendus.

priorité : Plan ou projet qu'une organisation a choisi de cibler et dont elle rendra compte au cours de la période de planification. Il s'agit de ce qui importe le plus ou qui doit être fait en premier pour appuyer la réalisation du ou des résultats stratégiques souhaités.

programme : Groupe d'intrants constitué de ressources et d'activités connexes qui est géré pour répondre à des besoins précis et pour obtenir les résultats visés, et qui est traité comme une unité budgétaire.

programme temporisé : Programme ayant une durée fixe et dont le financement et l'autorisation politique ne sont pas permanents. Ce programme est aussi appelé programme à durée temporaire ou programme à élimination graduelle. Lorsqu'un tel programme arrive à échéance, une décision doit être prise quant à son maintien. Dans le cas d'un renouvellement, la décision précise la portée, le niveau de financement et la durée.

rapport ministériel sur le rendement : Rapport traitant des réalisations concrètes d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires au regard des plans, des priorités et des résultats attendus exposés dans le rapport sur les plans et les priorités correspondant. Ce rapport est déposé au Parlement à l'automne.

rapport sur les plans et les priorités : Rapport fournissant des renseignements au sujet des plans et du rendement prévu sur trois ans d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires. Ces rapports sont déposés au Parlement chaque printemps.

production de rapports sur le rendement : Processus de communication d'information sur le rendement fondée sur des éléments probants. La production de rapports sur le rendement appuie la prise de décisions, la responsabilisation et la transparence.

rendement : Utilisation qu'une organisation a faite de ses ressources en vue d'obtenir ses résultats, mesure dans laquelle ces résultats se comparent à ceux que l'organisation souhaitait obtenir, et mesure dans laquelle les leçons apprises ont été cernées.

résultat : Conséquence externe attribuable en partie aux activités d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative. Les résultats ne relèvent pas d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative unique, mais ils s'inscrivent dans la sphère d'influence de l'organisation.

résultat stratégique: Avantage durable et à long terme pour les Canadiens qui est rattaché au mandat, à la vision et aux fonctions de base d'une organisation.

résultats du gouvernement du Canada : Ensemble de 16 objectifs de haut niveau établis pour l'ensemble du gouvernement et regroupés selon 4 secteurs de dépenses : affaires économiques, affaires sociales, affaires internationales et affaires gouvernementales.

Structure de la gestion, des ressources et des résultats : Cadre exhaustif comprenant l'inventaire des programmes, des ressources, des résultats, des indicateurs de rendement et de l'information de gouvernance d'une organisation. Les programmes et les résultats sont présentés d'après le lien hiérarchique qui les unit, et les résultats stratégiques auxquels ils contribuent. La Structure de la gestion, des ressources et des résultats découle de l'architecture d'alignement des programmes.

Notes de fin de document

i. Cadre pangouvernemental, http://www.tbs-sct.gc.ca/ppg-cpr/frame-cadre-fra.aspx

ii. *Comptes publics du Canada 2014*, http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/recgen/cpc-pac/index-fra.html

iii Office national du film, États financiers 2013-2014, www.onf-nfb.gc.ca/medias/download/documents/pdf/onf-etats-financiers-2013-2014.pdf

iv Office national du film, *Rapport sur le rendement 2013-2014*, http://www.onf-nfb.gc.ca/fr/rmr2013-2014

v. *Dépenses fiscales et évaluations*, http://www.fin.gc.ca/purl/taxexp-fra.asp